

3 1761 11726831 8



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117268318>



Catalogue 63-002 Monthly

Catalogue 63-002 Mensuel

Government
/ Publications

Department store sales and stocks

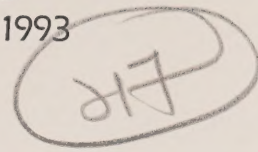
January 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1993



Years of Ans
Excellence d'excellence



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656)
or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-3028

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

January 1993



Years of Ans
Excellence d'excellence

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1993

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

May 1993

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1993

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division de la
commercialisation, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Mai 1993

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année

États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année

Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrices No. 112 and 113), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **O. Code**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrices n° 112 et 113) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **O. Code**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1991-1993	8
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1991-1993	10
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1991-1993	12
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1991-1993	14
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1991-1993	14
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	17
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	18
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1991-1993	19
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	20
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	22
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	23

Table des matières

	Page
Points saillants	5
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1991-1993	8
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1991-1993	10
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1991-1993	12
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1991-1993	14
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1991-1993	14
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	17
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	18
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1991-1993	19
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	20
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	22
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	23

TABLE OF CONTENTS – Concluded

Page

Appendix

I. Scope of the Survey	25
Data Quality and Methodology	26
Explanatory Notes	26
II. List of Departement Store Organisations	28

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29
For further reading	30

TABLE DES MATIÈRES – fin

Page

Appendice

I. Champ de l'enquête	25
Qualité des données et méthodologie	26
Notes explicatives	26
II. Liste des organisations des grands magasins	28

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
Lectures suggérées	30

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,090 million in January 1993, an increase of 0.9% from the previous month's total (revised) of \$1,080 million.
- Although sales levels in the last year have fluctuated from month to month, the trend in sales continues to show little growth.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,039 million at the end of January, a decrease of 1.6% from the December 1992 value (revised) of \$5,121 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour janvier 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,090 millions, une augmentation de 0.9% par rapport à l'estimation révisée de décembre (\$1,080 millions).
- Même si les niveaux des ventes ont fluctué d'un mois à l'autre l'année dernière, la tendance continue de démontrer une légère croissance.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une diminution de 1.6% par rapport au mois précédent (\$5,121 millions, chiffres révisés) et s'élevait à la fin de janvier 1993 à \$5,039 millions.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1991-1993

No.	Department	Unadjusted - Non désaisonnalisées						
		1991	1992		1993	Change Variation		
			December	January			December	January
						January 1993/1992	January 1993/1992	
		thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage		
1	Women's and misses' dresses and uniforms	12,277	4,624	10,256	3,641	-21.3		
2	Women's and misses' coats and suits	19,291	10,093	18,973	8,583	-15.0		
3	Women's and misses' casual wear	123,652	46,225	140,955	51,099	+ 10.5		
4	Nursery equipment	9,340	7,427	8,382	9,151	+ 23.2		
5	Infants' and children's wear	54,072	20,274	59,993	21,051	+ 3.8		
6	Girls' wear	28,810	7,687	28,334	7,060	-8.1		
7	Lingerie and women's sleepwear	52,136	11,669	51,275	11,470	-1.7		
8	Intimate apparel	26,426	15,394	30,456	16,368	+ 6.3		
9	Athletic footwear	12,753	5,079	11,783	5,618	+ 10.6		
10	Women's hosiery	24,563	10,949	23,785	10,526	-3.9		
11	Women's accessories	46,850	11,153	44,105	11,409	+ 2.3		
12	Women's, misses', girls and children' footwear	35,094	12,920	35,442	13,744	+ 6.4		
13	Men's coats, suits and dress pants	42,307	12,245	40,425	11,987	-2.1		
14	Men's casual wear and furnishings	170,362	34,045	176,267	34,315	+ 0.8		
15	Boys' clothing and furnishings	27,176	6,770	25,302	6,061	-10.5		
16	Men's and boys' footwear	23,500	7,011	23,561	8,213	+ 17.1		
17	Food and kindred products	68,096	17,489	78,337	21,595	+ 23.5		
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	163,890	52,023	169,621	55,558	+ 6.8		
19	Photographic equipment and supplies	23,496	7,544	25,368	7,771	+ 3.0		
20	Sewing supplies, notions and piece goods	13,567	9,286	13,931	9,134	-1.6		
21	Linens	67,022	41,398	68,700	39,431	-4.8		
22	Luggages	9,280	3,202	8,709	3,246	+ 1.4		
23	China, crystal, glassware and silverware	41,272	10,641	40,265	10,630	-0.1		
24	Floor coverings	17,042	8,298	16,857	8,716	+ 5.0		
25	Draperies and furniture coverings	12,723	8,911	12,419	8,586	-3.6		
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	19,992	6,425	17,400	7,595	+ 18.2		
27	Furniture	46,676	32,881	45,324	34,330	+ 4.4		
28	Major appliances	48,307	27,770	45,896	32,646	+ 17.6		
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	131,725	33,605	145,362	38,758	+ 15.3		
30	Housewares and small electrical appliances	87,983	34,840	92,932	32,726	-6.1		
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	52,299	17,472	52,940	18,882	+ 8.1		
32	Plumbing, heating and building materials	7,326	5,602	6,990	5,273	-5.9		
33	Jewellery	70,450	10,684	72,555	11,028	+ 3.2		
34	Toys and games	111,018	12,307	114,328	11,956	-2.9		
35	Sport equipment and athletic apparel	51,130	14,521	55,320	16,463	+ 13.4		
36	Stationery, books and office equipment	75,531	21,278	73,556	21,985	+ 3.3		
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	18,455	10,483	18,685	10,320	-1.5		
38	Meals and lunches	26,692	17,434	27,261	16,439	-5.7		
39	Repairs, installation and services (labour and parts)	26,392	19,154	30,681	17,973	-6.2		
40	All other departments (include gifts and seasonal)	114,958	42,211	119,090	40,829	-3.3		
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,013,933	689,021	2,081,821	712,165	+ 3.4		

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1991-1993

Seasonally adjusted – Désaisonnalisées					Rayon	N°
1992			1993	Change Variation		
October ^r	November ^r	December ^r	January ^p	Jan. 1993/ December 1992		
Octobre ^r	Novembre ^r	Décembre ^r	Janvier ^p	Janv. 1993/ Décembre 1992		
thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage		
					Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
					Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
					Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
					Articles de chambres d'enfants	4
					Vêtements de bébés et d'enfants	5
					Vêtements de fillettes	6
					Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
					Sous-vêtements	8
					Chaussures athlétiques	9
					Bas pour dames	10
					Articles de parure pour dames	11
					Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
					Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
					Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
					Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
					Chaussures pour hommes et garçons	16
					Produits alimentaires et connexes	17
					Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
					Appareils et fournitures photographiques	19
					Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
					Linges de maison	21
					Bagages	22
					Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
					Revêtements de plancher	24
					Tentures et housses	25
					Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
					Meubles	27
					Gros appareils ménagers	28
					Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc)	29
					Articles de ménage et petits appareils électriques	30
					Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
					Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
					Bijouterie	33
					Jouets et jeux	34
					Equipements de sport et vêtements athlétiques	35
					Papeterie, livres et matériel de bureau	36
					Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
					Repas et casse-croûtes	38
					Service, installation et travaux de réparation	39
					Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers	40
					TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

This table will be reactivated in January 1994 Publication
(Data not available now)

Ce tableau sera réactivé dans la publication de janvier 1994
(Données non disponibles actuellement)

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1991-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars – milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1991 December	1,135,595	x	x	24,837	x	187,494
2	1992 January	385,302	x	x	7,340	x	65,918
3	January						
4	1992 December	1,157,105	x	x	25,073	x	192,484
5	1993 January	398,824	x	x	7,356	x	70,097
6	January						
	Percentage change						
7	January 1993/1992	+ 3.5	x	x	+ 0.2	x	+ 6.3
8	January						
	Junior department stores						
9	1991 December	878,339	x	x	45,479	x	164,070
10	1992 January	303,719	x	x	13,196	x	60,079
11	January						
12	1992 December	924,716	x	x	50,561	x	146,572
13	1993 January	313,341	x	x	13,872	x	56,052
14	January						
	Percentage change						
15	January 1993/1992	+ 3.2	x	x	+ 5.1	x	-6.7
16	January						
	Total, all department stores						
17	1991 December	2,013,933	29,427	8,969	70,316	45,882	351,564
18	1992 January	689,021	8,081	2,644	20,536	13,636	125,997
19	January						
20	1992 December	2,081,821	30,695	9,449	75,634	50,147	339,056
21	1993 January	712,165	8,423	2,425	21,228	14,467	126,150
22	January						
	Percentage change						
23	January 1993/1992	+ 3.4	+ 4.2	-8.3	+ 3.4	+ 6.1	+ 0.1
24	January						

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1991-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
478,523	46,169	x	146,542	204,161	1991 Décembre	1
155,939	17,279	x	50,912	72,212	1992 Janvier	2
					Janvier	3
468,663	45,871	x	152,147	223,994	1992 Décembre	4
157,295	16,386	x	54,147	77,191	1993 Janvier	5
					Janvier	6
Variation procentuelle						
+ 0.9	-5.2	x	+ 6.4	+ 6.9	Janvier 1993/1992	7
					Janvier	8
Grands magasins populaires						
370,023	35,892	x	75,875	92,316	1991 Décembre	9
129,704	12,322	x	26,790	33,305	1992 Janvier	10
					Janvier	11
407,446	38,476	x	79,485	100,492	1992 Décembre	12
140,597	12,450	x	26,746	34,345	1993 Janvier	13
					Janvier	14
Variation procentuelle						
+ 8.4	+ 1.0	x	-0.2	+ 3.1	Janvier 1993/1992	15
					Janvier	16
Ensemble des grands magasins						
848,546	82,060	58,277	222,416	296,476	1991 Décembre	17
285,642	29,601	19,663	77,702	105,517	1992 Janvier	18
					Janvier	19
876,109	84,347	60,265	231,632	324,487	1992 Décembre	20
297,892	28,836	20,315	80,893	111,536	1993 Janvier	21
					Janvier	22
Variation procentuelle						
+ 4.3	-2.6	+ 3.3	+ 4.1	+ 5.7	Janvier 1993/1992	23
					Janvier	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1991-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1991 December	58,646	65,941	x	46,605	x
2	1992 January	20,939	22,815	x	14,173	x
3	January					
4	1992 December	59,589	69,246	x	44,146	x
5	1993 January	21,694	24,284	x	13,765	x
6	January					
Percentage change						
7	January 1993/1992	+ 3.6	+ 6.4	x	-2.9	x
8	January					
Junior department stores						
9	1991 December	22,846	29,778	x	18,387	x
10	1992 January	8,003	10,880	x	6,343	x
11	January					
12	1992 December	22,782	32,604	x	21,093	x
13	1993 January	7,948	10,977	x	7,823	x
14	January					
Percentage change						
15	January 1993/1992	-0.7	+ 0.9	x	+ 23.3	x
16	January					
Total, all department stores						
17	1991 December	81,492	95,720	36,628	64,993	195,515
18	1992 January	28,942	33,695	11,107	20,516	67,551
19	January					
20	1992 December	82,372	101,850	37,115	65,239	186,915
21	1993 January	29,642	35,262	10,946	21,589	68,164
22	January					
Percentage change						
23	January 1993/1992	+ 2.4	+ 4.6	-1.5	+ 5.2	+ 0.9
24	January					

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1991-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
56,027	x	233,980	132,388	x	1991 Décembre	1
18,612	x	78,037	46,837	x	1992 Janvier	2
					Janvier	3
52,412	x	224,485	140,755	x	1992 Décembre	4
17,737	x	77,579	48,227	x	1993 Janvier	5
					Janvier	6
Variation procentuelle						
-4.7	x	-0.6	+3.0	x	Janvier 1993/1992	7
					Janvier	8
Grands magasins populaires						
39,327	x	99,866	29,364	x	1991 Décembre	9
14,091	x	36,784	10,880	x	1992 Janvier	10
					Janvier	11
39,245	x	108,114	35,401	x	1992 Décembre	12
14,106	x	39,785	12,192	x	1993 Janvier	13
					Janvier	14
Variation procentuelle						
+0.1	x	+8.2	+12.1	x	Janvier 1993/1992	15
					Janvier	16
Ensemble des grands magasins						
95,355	44,666	333,846	161,752	72,316	1991 Décembre	17
32,703	17,310	114,821	57,717	26,387	1992 Janvier	18
					Janvier	19
91,657	43,304	332,599	176,156	74,072	1992 Décembre	20
31,843	17,044	117,364	60,419	25,610	1993 Janvier	21
					Janvier	22
Variation procentuelle						
-2.6	-1.5	+2.2	+4.7	-2.9	Janvier 1993/1992	23
					Janvier	24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1991- 1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		number - nombre					
	Major department stores						
1	1991 December	330	2	1	12	5	55
2	1992 January	330	2	1	12	5	55
3	1992 December	331	2	1	12	5	58
4	1993 January	329	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1991 December	567	16	5	30	26	112
6	1992 January	565	16	5	30	26	111
7	1992 December	549	16	4	31	25	95
8	1993 January	549	16	4	31	25	95
	Total, all department stores						
9	1991 December	897	18	6	42	31	167
10	1992 January	895	18	6	42	31	166
11	1992 December	880	18	5	43	30	153
12	1993 January	878	18	5	43	30	153

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1991-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1991 December	14	21	7	14	29
2	1992 January	14	21	7	14	30
3	1992 December	14	21	7	14	31
4	1993 January	14	21	7	13	32
	Junior department stores					
5	1991 December	13	18	10	11	44
6	1992 January	13	18	10	11	43
7	1992 December	13	18	10	12	33
8	1993 January	13	18	10	13	33
	Total, all department stores					
9	1991 December	27	39	17	25	73
10	1992 January	27	39	17	25	73
11	1992 December	27	39	17	26	64
12	1993 January	27	39	17	26	65

¹ See footnote at end of tables.

TABEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1991-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie-Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
130	13	12	48	52	1991 Décembre	1
130	13	12	48	52	1992 Janvier	2
127	13	12	48	53	1992 Décembre	3
125	13	12	48	53	1993 Janvier	4
					Grands magasins populaires	
225	23	22	48	60	1991 Décembre	5
224	23	22	48	60	1992 Janvier	6
225	23	23	47	60	1992 Décembre	7
225	23	23	47	60	1993 Janvier	8
					Ensemble des grands magasins	
355	36	34	96	112	1991 Décembre	9
354	36	34	96	112	1992 Janvier	10
352	36	35	95	113	1992 Décembre	11
350	36	35	95	113	1993 Janvier	12

TABEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1991-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
15	7	54	29	12	1991 Décembre	1
15	7	54	29	12	1992 Janvier	2
13	8	53	29	12	1992 Décembre	3
13	8	51	29	12	1993 Janvier	4
					Grands magasins populaires	
23	13	61	17	17	1991 Décembre	5
23	13	61	17	17	1992 Janvier	6
21	11	61	19	17	1992 Décembre	7
21	11	61	19	17	1993 Janvier	8
					Ensemble des grands magasins	
38	20	115	46	29	1991 Décembre	9
38	20	115	46	29	1992 Janvier	10
34	19	114	48	29	1992 Décembre	11
34	19	112	48	29	1993 Janvier	12

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1991 to 1993**TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1991 à 1993**

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février						
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993**TABLERAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993**

January - Janvier

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles			
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles			
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles			
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants			
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants			
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes			
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames			
8	Intimate apparel - Sous-vêtements			
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques			
10	Women's hosiery - Bas pour dames			
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames			
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants			
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes			
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes			
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons			
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons			
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes			
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques			
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques			
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce			
21	Linens - Linges de maison			
22	Luggage - Bagages			
23	China, cristal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie			
24	Floor coverings - Revêtements de plancher			
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses			
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison			
27	Furniture - Meubles			
28	Major appliances - Gros appareils ménagers			
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope,			
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques			
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.			
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction			
33	Jewellery - Bijouterie			
34	Toys and games - Jouets et jeux			
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques			
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau			
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures			
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes			
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation			
40	All other departments (include gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)			
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS			

Cumulative figures will
appear here in
subsequent issuesLes chiffres cumulés
paraîtront ici dans les
numéros subséquents

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1991-1993TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1991-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés						
		1991		1992		1993	Change - Variation	
		December	January	December	January	Jan. 1993/ December 1992	January 1993/1992	
		Décembre	Janvier	Décembre	Janvier	Janv. 1993/ décembre 1992	Janvier 1993/1992	
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage		
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	50,074	40,725	31,341	25,761	-17.8	-36.7	
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	50,689	40,697	36,792	29,344	-20.2	-27.9	
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	292,498	272,568	318,628	267,369	-16.1	-1.9	
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	30,427	29,267	37,585	34,542	-8.1	+ 18.0	
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	134,216	124,153	124,628	114,479	-8.1	-7.8	
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	58,249	51,872	57,332	54,689	-4.6	+ 5.4	
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	77,339	69,348	73,991	60,973	-17.6	-12.1	
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	109,186	100,080	118,117	106,597	-9.8	+ 6.5	
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	80,376	57,064	102,097	59,369	-41.9	+ 4.0	
10	Women's hosiery - Bas pour dames	67,226	68,376	67,113	64,709	-3.6	-5.4	
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	89,867	73,642	84,062	65,499	-22.1	-11.1	
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	137,078	110,582	116,819	95,900	-17.9	-13.3	
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	102,425	86,574	90,139	79,256	-12.1	-8.4	
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	271,646	263,776	255,987	232,820	-9.1	-11.7	
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	52,237	45,345	41,624	39,923	-4.1	-12.0	
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	79,443	57,304	71,289	54,428	-23.7	-5.0	
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	56,049	49,768	65,238	55,722	-14.6	+ 12.0	
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	391,923	361,354	409,246	350,492	-14.4	-3.0	
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	60,096	54,705	55,272	52,046	-5.8	-4.9	
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	79,773	76,547	76,277	66,121	-13.3	-13.6	
21	Linens - Linges de maison	291,186	258,258	272,023	246,765	-9.3	-4.4	
22	Luggage - Bagages	35,712	31,300	33,607	31,468	-6.4	+ 0.5	
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	132,450	132,757	128,424	121,931	-5.1	-8.2	
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	74,811	70,752	65,667	56,281	-14.3	-20.5	
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	73,854	80,213	67,750	66,752	-1.5	-16.8	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	63,092	56,196	57,377	53,344	-7.0	-5.1	
27	Furniture - Meubles	171,082	174,455	150,237	140,378	-6.6	-19.5	
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	102,068	98,557	109,465	93,158	-14.9	-5.5	
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc)	280,785	258,668	293,345	252,111	-14.1	-2.5	
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	237,134	227,892	229,944	210,698	-8.4	-7.5	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	186,706	185,508	180,577	175,385	-2.9	-5.5	
32	Plumbing, heating and buildings matials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	56,809	55,234	53,353	50,276	-5.8	-9.0	
33	Jewellery - Bijouterie	198,136	169,322	196,878	159,743	-18.9	-5.7	
34	Toys and games - Jouets et jeux	149,641	137,876	159,534	140,377	-12.0	+ 1.8	
35	Sport equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	161,440	137,973	170,213	153,300	-9.9	+ 11.1	
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	184,720	161,665	186,489	158,978	-14.8	-1.7	
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	73,386	69,188	76,542	68,584	-10.4	-0.9	
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	2,089	2,059	
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	403	499	
40	All other departments (include gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	109,189	100,772	119,356	92,823	-22.2	-7.9	
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	4,855,507	4,442,891	4,784,353	4,182,391	-12.6	-5.9	

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1991	1992		1993
		December	January	December	January
		Décembre	Janvier	Décembre	Janvier
1	Women's and misses' dresses and uniforms	4.08	8.81	3.06	7.08
2	Women's and misses' coats and suits	2.63	4.03	1.94	3.42
3	Women's and misses' casual wear	2.37	5.90	2.26	5.23
4	Nursery equipment	3.26	3.94	4.48	3.77
5	Infants' and children's wear	2.48	6.12	2.08	5.44
6	Girls' wear	2.02	6.75	2.02	7.75
7	Lingerie and women's sleepwear	1.48	5.94	1.44	5.32
8	Intimate apparel	4.13	6.50	3.88	6.51
9	Athletic footwear	6.30	11.24	8.66	10.57
10	Women's hosiery	2.74	6.25	2.82	6.15
11	Women's accessories	1.92	6.60	1.91	5.74
12	Women's, misses', girls and children's footwear	3.91	8.56	3.30	6.98
13	Men's coats, suits and dress pants	2.42	7.07	2.23	6.61
14	Men's casual wear and furnishings	1.59	7.75	1.45	6.78
15	Boys' clothing and furnishings	1.92	6.70	1.65	6.59
16	Men's and boys' footwear	3.38	8.17	3.03	6.63
17	Food and kindred products	0.82	2.85	0.83	2.58
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	2.39	6.95	2.41	6.31
19	Photographic equipment and supplies	2.56	7.25	2.18	6.70
20	Sewing supplies, notions and piece goods	5.88	8.24	5.48	7.24
21	Linens	4.35	6.24	3.96	6.26
22	Luggages	3.85	9.78	3.86	9.69
23	China, crystal, glassware and silverware	3.21	12.48	3.19	11.47
24	Floor coverings	4.39	8.53	3.90	6.46
25	Draperies and furniture coverings	5.81	9.00	5.46	7.77
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	3.16	8.75	3.30	7.02
27	Furniture	3.67	5.31	3.31	4.09
28	Major appliances	2.11	3.55	2.39	2.85
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	2.13	7.70	2.02	6.50
30	Housewares and small electrical appliances	2.70	6.54	2.47	6.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3.57	10.62	3.41	9.29
32	Plumbing, heating and building materials	7.75	9.86	7.63	9.53
33	Jewellery	2.81	15.85	2.71	14.49
34	Toys and games	1.35	11.20	1.40	11.74
35	Sport equipment and athletic apparel	3.16	9.50	3.08	9.31
36	Stationery, books and office equipment	2.45	7.60	2.54	7.23
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	3.98	6.60	4.10	6.65
38	Meals and lunches	0.08	0.12
39	Repairs, installation and services (labour and parts)	0.02	0.03
40	All other departments (include gifts and seasonal)	0.95	2.39	1.00	2.27
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2.41	6.45	2.30	5.87

TABEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1991	1992		1993		
December Décembre	January Janvier	December Décembre	January Janvier		
0.20	0.10	0.28	0.13	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.30	0.22	0.40	0.26	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.35	0.16	0.38	0.17	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.31	0.25	0.22	0.25	Articles de chambres d'enfants	4
0.34	0.16	0.40	0.18	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.39	0.14	0.39	0.13	Vêtements de fillettes	6
0.50	0.16	0.52	0.17	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.24	0.15	0.25	0.15	Sous-vêtements	8
0.16	0.07	0.12	0.07	Chaussures athlétiques	9
0.33	0.16	0.33	0.16	Bas pour dames	10
0.42	0.14	0.42	0.15	Articles de parure pour dames	11
0.25	0.10	0.28	0.13	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.34	0.13	0.37	0.14	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.49	0.13	0.55	0.14	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.44	0.14	0.48	0.15	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.28	0.10	0.30	0.13	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.87	0.33	0.88	0.36	Produits alimentaires et connexes	17
0.37	0.14	0.38	0.15	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.36	0.13	0.42	0.14	Appareils et fournitures photographiques	19
0.16	0.12	0.18	0.13	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.22	0.15	0.25	0.15	Linges de maison	21
0.24	0.10	0.24	0.10	Bagages	22
0.28	0.08	0.28	0.08	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.22	0.11	0.25	0.14	Revêtements de plancher	24
0.17	0.12	0.18	0.13	Tentures et housses	25
0.29	0.11	0.29	0.14	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.27	0.19	0.30	0.24	Meubles	27
0.46	0.28	0.42	0.32	Gros appareils ménagers	28
0.42	0.12	0.45	0.14	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.33	0.15	0.36	0.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.26	0.09	0.27	0.11	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.13	0.10	0.13	0.10	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.32	0.06	0.33	0.06	Bijouterie	33
0.54	0.09	0.53	0.08	Jouets et jeux	34
0.28	0.10	0.28	0.10	Equipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.36	0.12	0.35	0.13	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.24	0.15	0.23	0.14	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation	39
0.81	0.40	0.76	0.38	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.36	0.15	0.38	0.16	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993**TABLERAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993**

Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaisonnalisés	Variation en pourcentage année/année	Désaisonné	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,657	-0.6
February - Février	4,389,949	+3.2	4,819,251	+1.9
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,723,078	-2.0
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,814,452	+1.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,787,931	-0.6
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,823,786	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,878,320	+1.1
August - Août	4,934,391	+6.0	4,964,266	+1.8
September - Septembre	5,322,391	+4.6	4,997,102	+0.7
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,989,320	-2.0
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,015,064	+0.5
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,931,961	-1.7
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,590,697	-6.1
February - Février	4,326,630	-1.4	4,789,411	+4.3
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,888,573	+2.1
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,943,030	+1.1
May - Mai	5,033,509	+4.7	5,023,500	+1.6
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,077,635	+1.1
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,039,775	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,092,647	+1.0
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,111,344	+0.4
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,127,122	+0.3
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,185,109	+1.1
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,282,665	+1.9
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,289,656	+0.1
February - Février	4,771,534	+10.3	5,124,696	-3.1
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,229,999	+2.1
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,189,153	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,216,579	+0.5
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,170,711	-0.9
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,133,821	-0.7
August - Août	4,983,135	-2.3	5,050,260	-1.6
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,991,691	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,029,648	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,073,761	+0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,120,920	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,039,472	-1.6
February - Février				
March - Mars				
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, ¹ Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993

TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars – milliers de dollars			per cent – pourcentage	
Unadjusted – Non désaisonnalisés					
January – Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February – Février	2,699,473	2,385,025			
March – Mars	3,088,302	2,317,207			
April – Avril	2,929,202	2,297,650			
May – Mai	3,008,348	2,351,267			
June – Juin	3,090,219	2,368,098			
July – Juillet	3,142,018	2,280,713			
August – Août	2,867,844	2,319,434			
September – Septembre	3,012,999	2,333,357			
October – Octobre	3,181,246	2,377,907			
November – Novembre	3,218,605	2,444,593			
December – Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars – millions de dollars				
Seasonally adjusted – Désaisonnalisés					
January – Janvier	2,870.0	2,647.0	2,555.0	+ 2.4	-3.5
February – Février	2,960.0	2,516.0			
March – Mars	3,106.0	2,447.0			
April – Avril	3,076.0	2,412.0			
May – Mai	3,116.0	2,419.0			
June – Juin	3,106.0	2,384.0			
July – Juillet	3,112.0	2,341.0			
August – Août	2,987.0	2,375.0			
September – Septembre	2,976.0	2,338.0			
October – Octobre	2,980.0	2,339.0			
November – Novembre	2,925.0	2,294.0			
December – Décembre	2,634.0	2,494.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec. (Closed Oct. 1992)

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec. (Fermé oct. 1992)

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

TEXT TABLE I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1993 – January 1993

TABLEAU EXPLICATIF I.

Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1993 – Janvier 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités organisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	..	88.9	99.7
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	..	88.9	99.7
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales by Region , Advance Release, <i>Monthly, Bilingual</i> .	Ventes des grands magasins par région , rapport provisoire, <i>mensuel, bilingue</i> .	63-004
Retail Trade , <i>Monthly, Bilingual</i> .	Commerce de détail , <i>mensuel, bilingue</i> .	63-005
New Motor Vehicle Sales , <i>Monthly, Bilingual</i> .	Ventes de véhicules automobiles neufs , <i>mensuel, bilingue</i> .	63-007
Retail Chain and Department stores , <i>Annual, Bilingual</i> .	Magasins de détail à succursales et les grands magasins , <i>annuel, bilingue</i> .	63-210
Vending Machine Operators , <i>Annual, Bilingual</i> .	Exploitants de distributeurs automatiques , <i>annuel, bilingue</i> .	63-213
Direct Selling in Canada , <i>Annual, Bilingual</i> .	La vente directe au Canada , <i>annuel, bilingue</i> .	63-218
Campus Bookstores , <i>Annual, Bilingual</i> .	Librairies de campus , <i>annuel, bilingue</i> .	63-219
Annual Retail Trade , <i>Annual, Bilingual</i> .	Commerce de détail , <i>annuel, bilingue</i> .	63-223
Market Research Handbook , <i>Annual, Bilingual</i> .	Recueil statistique des études de marché , <i>annuel, bilingue</i> .	63-224
Retail Commodity Survey , <i>Occasional, Bilingual</i> .	Enquête sur les marchandises vendues au détail , <i>hors série, bilingue</i> .	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:

Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)

PHONE:

1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.

FAX TO:

(613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada - Publications.

☐ Bill me later (Pre-payment required for all publications except subscriptions. Maximum credit \$500.)

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Company

Department

Attention

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that all information is completed.

Catalogue
Number

Title

Date of
Issue
or
Indicate an
"S" for
subscriptions

Annual Subscription
or Book Price

Canada
\$

United
States
US\$

Other
Countries
US\$

Quantity

Total
\$

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093022

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1992

The fastest way to get off to a good start !

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The **Market Research Handbook 1992** can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

Looking for...

... socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

... revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The **Market Research Handbook 1992** has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook 1992** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook 1992** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1992

Pour partir du bon pied !

Des séances de remue-ménages jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil statistique des études de marché 1992** peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

Vous cherchez...

... des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

... des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le **Recueil** contient tout cela... et plus encore :

- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le **Recueil statistique des études de marché 1992** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7 % en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

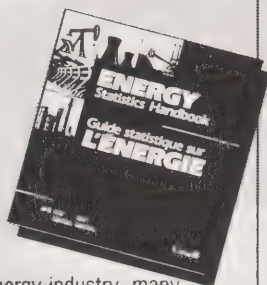
Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.



DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The *Energy Statistics Handbook* is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the *Energy Statistics Handbook* to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the *Energy Statistics Handbook* today!

The *Energy Statistics Handbook* (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.



Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call 1-800-267-6677 and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le *Guide statistique de l'énergie* est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le *Guide statistique de l'énergie* pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au *Guide statistique de l'énergie*!

Le *Guide statistique de l'énergie* (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.



Catalogue 63-002 Monthly

Catalogue 63-002 Mensuel

Government
Publications

Department store sales and stocks

February 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1993



Years of Arts
Excellence d'excellence



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9606)
or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9606) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

February 1993



Years of *Ans*
Excellence *d'excellence*

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1993

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

June 1993

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1993

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division de la
commercialisation, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Juin 1993

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année

États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année

Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrices No. 112 and 113), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **O. Code**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrices n° 112 et 113) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **O. Code**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1992-1993	8
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	10
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	14
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	14
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	17
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	18
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	19
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	20
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	22
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	23

Table des matières

	Page
Points saillants	5
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	8
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	10
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	14
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	14
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	17
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	18
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	19
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	20
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	22
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	23

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Page

Appendix

I. Scope of the Survey	25
Data Quality and Methodology	26
Explanatory Notes	26
II. List of Departement Store Organisations	28

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29
For further reading	30

TABLE DES MATIÈRES - fin

Page

Appendice

I. Champ de l'enquête	25
Qualités des données et méthodologie	26
Notes explicatives	26
II. Liste des organisations des grands magasins	28

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
Lectures suggérées	30

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,074 million in February 1993, a decrease of 1.4% from the previous month's total (revised) of \$1,089 million.
- Although sales levels over the past year have fluctuated from month to month, the trend in sales continues to show little growth.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,112 million at the end of February, an increase of 1.1% from the January 1993 value (revised) of \$5,057 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour février 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,074 millions, une diminution de 1.4% par rapport à l'estimation révisée de janvier (\$1,089 millions).
- Même si les niveaux de ventes ont fluctué pendant l'année dernière, la tendance de ceux-ci continue à démontrer une légère croissance.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une augmentation de 1.1% par rapport au mois précédent (\$5,057 millions, chiffre révisé) et s'élevait à la fin de janvier 1993 à \$5,112 millions.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change 1993 Variation
		January	February	January	February	February 1993/1992
		Janvier	Février	Janvier	Février	Février 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms	4,624	5,988	3,641	4,374	-27.0
2	Women's and misses' coats and suits	10,093	8,884	8,583	6,191	-30.3
3	Women's and misses' casual wear	46,225	53,316	51,099	51,985	-2.5
4	Nursery equipment	7,427	9,204	9,151	8,705	-5.4
5	Infants' and children's wear	20,274	24,204	21,051	22,473	-7.2
6	Girls' wear	7,687	9,493	7,060	8,248	-13.1
7	Lingerie and women's sleepwear	11,669	12,585	11,470	11,643	-7.5
8	Intimate apparel	15,394	16,905	16,368	16,444	-2.7
9	Athletic footwear	5,079	6,204	5,618	6,430	+3.6
10	Women's hosiery	10,949	11,096	10,526	9,943	-10.4
11	Women's accessories	11,153	9,953	11,409	9,133	-8.2
12	Women's, misses', girls and children' footwear	12,920	14,310	13,744	12,805	-10.5
13	Men's coats, suits and dress pants	12,245	12,528	11,987	10,685	-14.7
14	Men's casual wear and furnishings	34,045	39,779	34,315	38,539	-3.1
15	Boys' clothing and furnishings	6,770	7,636	6,061	6,368	-16.6
16	Men's and boys' footwear	7,011	7,541	8,213	6,993	-7.3
17	Food and kindred products	17,489	24,883	21,595	27,817	+11.8
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	52,023	63,465	55,558	63,311	-0.2
19	Photographic equipment and supplies	7,544	7,184	7,771	6,482	-9.8
20	Sewing supplies, notions and piece goods	9,286	9,099	9,134	8,128	-10.7
21	Linens	41,398	34,178	39,431	31,034	-9.2
22	Luggage	3,202	3,344	3,246	3,073	-8.1
23	China, crystal, glassware and silverware	10,641	10,243	10,630	9,315	-9.1
24	Floor coverings	8,298	9,268	8,716	8,944	-3.5
25	Draperies and furniture coverings	8,911	9,928	8,586	8,667	-12.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,425	7,137	7,595	6,442	-9.7
27	Furniture	32,881	34,542	34,330	30,436	-11.9
28	Major appliances	27,770	29,469	32,646	24,066	-18.3
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	33,605	35,891	38,758	36,235	+1.0
30	Housewares and small electrical appliances	34,840	35,980	32,726	32,823	-8.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,472	20,583	18,882	17,010	-17.4
32	Plumbing, heating and building materials	5,602	4,894	5,273	3,989	-18.5
33	Jewellery	10,684	13,227	11,028	12,922	-2.3
34	Toys and games	12,307	13,566	11,956	12,589	-7.2
35	Sport equipment and athletic apparel	14,521	14,106	16,463	12,754	-9.6
36	Stationery, books and office equipment	21,278	25,939	21,985	22,141	-14.6
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	10,483	9,779	10,320	8,547	-12.6
38	Meals and lunches	17,434	17,035	16,439	14,940	-12.3
39	Repairs, installation and services (labour and parts)	19,154	18,849	17,973	17,703	-6.1
40	All other departments (include gifts and seasonal)	42,211	43,475	40,829	40,308	-7.3
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	689,021	745,693	712,165	690,635	-7.4

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993

Seasonally adjusted - Désaisonnalisées					Rayon	N°
1992		1993		Change Variation		
November ^r	December ^r	January ^r	February ^p	Feb. 1993/ January 1993		
Novembre ^r	Décembre ^r	Janvier ^r	Février ^p	Fév. 1993/ Janvier 1993		
thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage		
<div>This table will be reactivated in January 1994 Publication (Data not available now)</div> <div>Ce tableau sera réactivé dans la publication de janvier 1994 (Données non disponibles actuellement)</div>				Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
				Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
				Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3	
				Articles de chambres d'enfants	4	
				Vêtements de bébés et d'enfants	5	
				Vêtements de fillettes	6	
				Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
				Sous-vêtements	8	
				Chaussures athlétiques	9	
				Bas pour dames	10	
				Articles de parure pour dames	11	
				Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12	
				Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13	
				Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14	
				Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
				Chaussures pour hommes et garçons	16	
				Produits alimentaires et connexes	17	
				Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18	
				Appareils et fournitures photographiques	19	
				Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20	
				Linges de maison	21	
				Bagages	22	
				Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23	
				Revêtements de plancher	24	
				Tentures et housses	25	
				Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
				Meubles	27	
				Gros appareils ménagers	28	
				Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc)	29	
				Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
				Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
				Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
				Bijouterie	33	
				Jouets et jeux	34	
				Equipements de sport et vêtements athlétiques	35	
				Papeterie, livres et matériel de bureau	36	
				Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37	
				Repas et casse-croûtes	38	
				Service, installation et travaux de réparation	39	
				Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40	
				TOTAL, TOUS LES RAYONS	41	

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	
thousands of dollars - milliers de dollars							
Major department stores							
1	1992 January	385,302	x	x	7,340	x	65,918
2	February	405,567	x	x	7,308	x	70,068
3	January-February	790,869	x	x	14,648	x	135,986
4	1993 January	398,824	x	x	7,356	x	70,097
5	February	370,905	x	x	7,066	x	65,316
6	January-February	769,729	x	x	14,422	x	135,413
Percentage change							
7	February 1993/1992	-8.5	x	x	-3.3	x	-6.8
8	January-February 1993/1992	-2.7	x	x	-1.5	x	-0.4
Junior department stores							
9	1992 January	303,719	x	x	13,196	x	60,079
10	February	340,126	x	x	14,415	x	65,314
11	January-February	643,844	x	x	27,611	x	125,393
12	1993 January	313,341	x	x	13,872	x	56,052
13	February	319,731	x	x	14,582	x	55,230
14	January-February	633,071	x	x	28,454	x	111,283
Percentage change							
15	February 1993/1992	-6.0	x	x	+ 1.2	x	-15.4
16	January-February 1993/1992	-1.7	x	x	+ 3.1	x	-11.3
Total, all department stores							
17	1992 January	689,021	8,081	2,644	20,536	13,636	125,997
18	February	745,693	9,642	2,765	21,723	15,149	135,382
19	January-February	1,434,714	17,723	5,410	42,259	28,785	261,379
20	1993 January	712,165	8,423	2,425	21,228	14,467	126,150
21	February	690,635	8,719	2,594	21,648	14,227	120,546
22	January-February	1,402,800	17,142	5,020	42,876	28,694	246,696
Percentage change							
23	February 1993/1992	-7.4	-9.6	-6.2	-0.3	-6.1	-11.0
24	January-February 1993/1992	-2.2	-3.3	-7.2	+ 1.5	-0.3	-5.6

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars – milliers de dollars						
					Grands magasins traditionnels	
155,939	17,279	x	50,912	72,212	1992 Janvier	1
166,294	17,646	x	52,517	75,315	Février	2
322,233	34,926	x	103,429	147,527	Janvier-février	3
157,295	16,386	x	54,147	77,191	1993 Janvier	4
149,405	16,116	x	47,936	70,070	Février	5
306,700	32,502	x	102,083	147,261	Janvier-février	6
					Variation procentuelle	
-10.2	-8.7	x	-8.7	-7.0	Février 1993/1992	7
-4.8	-6.9	x	-1.3	-0.2	Janvier-février 1993/1992	8
					Grands magasins populaires	
129,704	12,322	x	26,790	33,305	1992 Janvier	9
145,672	14,066	x	30,685	37,370	Février	10
275,375	26,388	x	57,474	70,675	Janvier-février	11
140,597	12,450	x	26,746	34,345	1993 Janvier	12
141,237	13,280	x	28,252	36,505	Février	13
281,834	25,730	x	54,998	70,850	Janvier-février	14
					Variation procentuelle	
-3.0	-5.6	x	-7.9	-2.3	Février 1993/1992	15
+2.3	-2.5	x	-4.3	+0.2	Janvier-février 1993/1992	16
					Ensemble des grands magasins	
285,642	29,601	19,663	77,702	105,517	1992 Janvier	17
311,966	31,713	21,467	83,201	112,685	Février	18
597,609	61,313	41,130	160,903	218,202	Janvier-février	19
297,892	28,836	20,315	80,893	111,536	1993 Janvier	20
290,642	29,396	20,100	76,188	106,575	Février	21
588,534	58,232	40,415	157,081	218,111	Janvier-février	22
					Variation procentuelle	
-6.8	-7.3	-6.4	-8.4	-5.4	Février 1993/1992	23
-1.5	-5.0	-1.7	-2.4	--	Janvier-février 1993/1992	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 January	20,939	22,815	x	14,173	x
2	February	21,238	23,586	x	15,262	x
3	January-February	42,177	46,400	x	29,436	x
4	1993 January	21,694	24,284	x	13,765	x
5	February	19,494	21,376	x	13,236	x
6	January-February	41,188	45,660	x	27,002	x
Percentage change						
7	February 1993/1992	-8.2	-9.4	x	-13.3	x
8	January-February 1993/1992	-2.3	-1.6	x	-8.3	x
Junior department stores						
9	1992 January	8,003	10,880	x	6,343	x
10	February	9,104	12,366	x	7,090	x
11	January-February	17,107	23,246	x	13,432	x
12	1993 January	7,948	10,977	x	7,823	x
13	February	8,258	11,899	x	7,794	x
14	January-February	16,206	22,877	x	15,617	x
Percentage change						
15	February 1993/1992	-9.3	-3.8	x	+ 9.9	x
16	January-February 1993/1992	-5.3	-1.6	x	+ 16.3	x
Total, all department stores						
17	1992 January	28,942	33,695	11,107	20,516	67,551
18	February	30,342	35,951	11,571	22,352	72,500
19	January-February	59,285	69,646	22,679	42,868	140,050
20	1993 January	29,642	35,262	10,946	21,589	68,164
21	February	27,752	33,275	11,133	21,030	66,379
22	January-February	57,394	68,537	22,078	42,619	134,543
Percentage change						
23	February 1993/1992	-8.5	-7.4	-3.8	-5.9	-8.4
24	January-February 1993/1992	-3.2	-1.6	-2.6	-0.6	-3.9

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
18,612	x	78,037	46,837	x	1992 Janvier	1
19,465	x	83,156	49,058	x	Février	2
38,077	x	161,193	95,895	x	Janvier-février	3
17,737	x	77,579	48,227	x	1993 Janvier	4
16,650	x	74,605	44,804	x	Février	5
34,387	x	152,184	93,031	x	Janvier-février	6
Variation procentuelle						
-14.5	x	-10.3	-8.7	x	Février 1993/1992	7
-9.7	x	-5.6	-3.0	x	Janvier-février 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
14,091	x	36,784	10,880	x	1992 Janvier	9
15,422	x	41,200	12,129	x	Février	10
29,513	x	77,984	23,009	x	Janvier-février	11
14,106	x	39,785	12,192	x	1993 Janvier	12
13,978	x	41,266	12,959	x	Février	13
28,084	x	81,051	25,152	x	Janvier-février	14
Variation procentuelle						
-9.4	x	+0.2	+6.8	x	Février 1993/1992	15
-4.8	x	+3.9	+9.3	x	Janvier-février 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
32,703	17,310	114,821	57,717	26,387	1992 Janvier	17
34,887	18,593	124,356	61,187	28,006	Février	18
67,590	35,904	239,177	118,904	54,393	Janvier-février	19
31,843	17,044	117,364	60,419	25,610	1993 Janvier	20
30,628	15,727	115,872	57,763	26,111	Février	21
62,471	32,771	233,236	118,182	51,721	Janvier-février	22
Variation procentuelle						
-12.2	-15.4	-6.8	-5.6	-6.8	Février 1993/1992	23
-7.6	-8.7	-2.5	-0.6	-4.9	Janvier-février 1993/1992	24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		number - nombre					
	Major department stores						
1	1992 January	330	2	1	12	5	55
2	February	330	2	1	12	5	55
3	1993 January	329	2	1	12	5	58
4	February	329	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 January	565	16	5	30	26	111
6	February	565	16	5	30	26	111
7	1993 January	549	16	4	31	25	95
8	February	548	16	4	31	24	95
	Total, all department stores						
9	1992 January	895	18	6	42	31	166
10	February	895	18	6	42	31	166
11	1993 January	878	18	5	43	30	153
12	February	877	18	5	43	29	153

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 January	14	21	7	14	30
2	February	14	21	7	14	30
3	1993 January	14	21	7	13	32
4	February	14	21	7	13	32
	Junior department stores					
5	1992 January	13	18	10	11	43
6	February	13	18	10	11	43
7	1993 January	13	18	10	13	33
8	February	13	18	10	13	33
	Total, all department stores					
9	1992 January	27	39	17	25	73
10	February	27	39	17	25	73
11	1993 January	27	39	17	26	65
12	February	27	39	17	26	65

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
130	13	12	48	52	1992 Janvier	1
130	13	12	48	52	Février	2
125	13	12	48	53	1993 Janvier	3
125	13	12	48	53	Février	4
					Grands magasins populaires	
224	23	22	48	60	1992 Janvier	5
224	23	22	48	60	Février	6
225	23	23	47	60	1993 Janvier	7
225	23	23	47	60	Février	8
					Ensemble des grands magasins	
354	36	34	96	112	1992 Janvier	9
354	36	34	96	112	Février	10
350	36	35	95	113	1993 Janvier	11
350	36	35	95	113	Février	12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
15	7	54	29	12	1992 Janvier	1
15	7	54	29	12	Février	2
13	8	51	29	12	1993 Janvier	3
13	8	51	29	12	Février	4
					Grands magasins populaires	
23	13	61	17	17	1992 Janvier	5
23	13	61	17	17	Février	6
21	11	61	19	17	1993 Janvier	7
21	11	61	19	17	Février	8
					Ensemble des grands magasins	
38	20	115	46	29	1992 Janvier	9
38	20	115	46	29	Février	10
34	19	112	48	29	1993 Janvier	11
34	19	112	48	29	Février	12

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1991 to 1993**TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1991 à 1993**

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.7	319,731	46.3
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993**TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993**

January-February - Janvier-février

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	10,612	8,015	-24.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	18,976	14,774	-22.1
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	99,541	103,084	+ 3.6
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	16,630	17,856	+ 7.4
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	44,482	43,524	-2.2
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	17,180	15,309	-10.9
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	24,254	23,113	-4.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	32,299	32,813	+ 1.6
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	11,283	12,048	+ 6.8
10	Women's hosiery - Bas pour dames	22,045	20,469	-7.2
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	21,106	20,542	-2.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	27,230	26,549	-2.5
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	24,772	22,672	-8.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	73,823	72,854	-1.3
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	14,406	12,430	-13.7
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	14,552	15,206	+ 4.5
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	42,372	49,412	+ 16.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	115,487	118,869	+ 2.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	14,728	14,253	-3.2
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	18,385	17,262	-6.1
21	Linens - Linges de maison	75,575	70,464	-6.8
22	Luggage - Bagages	6,546	6,319	-3.5
23	China, cristal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	20,884	19,946	-4.5
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	17,566	17,660	+ 0.5
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	18,839	17,253	-8.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	13,562	14,037	+ 3.5
27	Furniture - Meubles	67,423	64,765	-3.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	57,239	56,712	-0.9
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope,	69,496	74,993	+ 7.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	70,820	65,549	-7.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	38,055	35,892	-5.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	10,496	9,262	-11.8
33	Jewellery - Bijouterie	23,911	23,950	+ 0.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	25,873	24,545	-5.1
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	28,627	29,217	+ 2.1
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	47,217	44,125	-6.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	20,262	18,867	-6.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	34,469	31,379	-9.0
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation	38,003	35,676	-6.1
40	All other departments (include gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	85,686	81,136	-5.3
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,434,714	1,402,800	-2.2

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993**TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993**

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		January	February	January	February	Feb. 1993/ January 1993	February 1993/1992
		Janvier	Février	Janvier	Février	Fév. 1993/ janvier 1993	Février 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	40,721	47,368	25,761	33,604	+ 30.4	-29.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	40,696	54,214	29,344	41,502	+ 41.4	-23.4
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	272,570	334,817	267,369	336,968	+ 26.0	+ 0.6
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	29,265	38,886	34,542	35,330	+ 2.3	-9.1
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	124,152	137,110	114,479	139,679	+ 22.0	+ 1.9
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	51,872	68,647	54,689	71,703	+ 31.3	+ 4.5
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	69,347	70,500	60,973	63,933	+ 4.9	-9.3
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	100,079	107,941	106,597	110,798	+ 3.9	+ 2.6
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	57,065	68,660	59,369	64,791	+ 9.1	-5.6
10	Women's hosiery - Bas pour dames	68,377	73,217	64,709	71,042	+ 9.8	-3.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	73,640	77,566	65,499	74,660	+ 14.0	-3.7
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	110,583	129,027	95,900	111,193	+ 15.9	-13.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	86,571	101,055	79,256	89,174	+ 12.5	-11.8
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	263,772	294,039	232,820	263,235	+ 13.1	-10.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	45,344	54,629	39,923	48,318	+ 21.0	-11.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	57,304	66,475	54,428	62,072	+ 14.0	-6.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	49,769	51,859	55,722	76,554	+ 37.4	+ 47.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	361,352	359,799	350,492	357,842	+ 2.1	-0.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	54,703	54,877	52,046	51,867	-0.3	-5.5
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	76,543	78,779	66,121	71,713	+ 8.5	-9.0
21	Linens - Linges de maison	258,255	268,375	246,765	256,771	+ 4.1	-4.3
22	Luggage - Bagages	31,300	32,919	31,468	30,831	-2.0	-6.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	132,761	135,177	121,931	126,533	+ 3.8	-6.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	70,754	78,119	56,281	62,169	+ 10.5	-20.4
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	80,209	77,972	66,752	68,579	+ 2.7	-12.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	56,200	59,300	53,344	54,706	+ 2.6	-7.7
27	Furniture - Meubles	174,457	179,782	140,378	148,336	+ 5.7	-17.5
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	98,558	96,991	93,158	87,459	-6.1	-9.8
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc)	258,669	259,442	252,111	256,129	+ 1.6	-1.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	227,890	230,881	210,698	216,744	+ 2.6	-6.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	185,504	192,654	175,385	191,082	+ 9.0	-0.8
32	Plumbing, heating and buildings matials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	55,233	55,146	50,276	51,385	+ 2.2	-6.8
33	Jewellery - Bijouterie	169,321	181,546	159,743	176,953	+ 10.8	-2.5
34	Toys and games - Jouets et jeux	137,880	146,031	140,377	152,259	+ 8.5	+ 4.3
35	Sport equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	137,971	154,938	153,300	181,631	+ 18.5	+ 17.2
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	161,664	162,104	158,978	162,516	+ 2.2	+ 0.3
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	69,186	68,056	68,584	71,028	+ 3.6	+ 4.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	2,059	2,135
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	499
40	All other departments (include gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	100,772	120,491	92,823	134,428	+ 44.8	+ 11.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	4,442,865	4,771,521	4,182,391	4,605,518	+ 10.1	-3.5

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		January	February	January	February
		Janvier	Février	Janvier	Février
1	Women's and misses' dresses and uniforms	8.81	7.91	7.08	7.68
2	Women's and misses' coats and suits	4.03	6.10	3.42	6.70
3	Women's and misses' casual wear	5.90	6.28	5.23	6.48
4	Nursery equipment	3.94	4.23	3.77	4.06
5	Infants' and children's wear	6.12	5.66	5.44	6.22
6	Girls' wear	6.75	7.23	7.75	8.69
7	Lingerie and women's sleepwear	5.94	5.60	5.32	5.49
8	Intimate apparel	6.50	6.39	6.51	6.74
9	Athletic footwear	11.24	11.07	10.57	10.08
10	Women's hosiery	6.25	6.60	6.15	7.14
11	Women's accessories	6.60	7.79	5.74	8.17
12	Women's, misses', girls and children's footwear	8.56	9.02	6.98	8.68
13	Men's coats, suits and dress pants	7.07	8.07	6.61	8.35
14	Men's casual wear and furnishings	7.75	7.39	6.78	6.83
15	Boys' clothing and furnishings	6.70	7.15	6.59	7.59
16	Men's and boys' footwear	8.17	8.82	6.63	8.88
17	Food and kindred products	2.85	2.08	2.58	2.75
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	6.95	5.67	6.31	5.65
19	Photographic equipment and supplies	7.25	7.64	6.70	8.00
20	Sewing supplies, notions and piece goods	8.24	8.66	7.24	8.82
21	Linens	6.24	7.85	6.26	8.27
22	Luggages	9.78	9.84	9.69	10.03
23	China, crystal, glassware and silverware	12.48	13.20	11.47	13.58
24	Floor coverings	8.53	8.43	6.46	6.95
25	Draperies and furniture coverings	9.00	7.85	7.77	7.91
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.75	8.31	7.02	8.49
27	Furniture	5.31	5.20	4.09	4.87
28	Major appliances	3.55	3.29	2.85	3.63
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	7.70	7.23	6.50	7.07
30	Housewares and small electrical appliances	6.54	6.42	6.44	6.60
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	10.62	9.36	9.29	11.23
32	Plumbing, heating and building materials	9.86	11.27	9.53	12.88
33	Jewellery	15.85	13.73	14.49	13.69
34	Toys and games	11.20	10.76	11.74	12.09
35	Sport equipment and athletic apparel	9.50	10.98	9.31	14.24
36	Stationery, books and office equipment	7.60	6.25	7.23	7.34
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	6.60	6.96	6.65	8.31
38	Meals and lunches	0.12	0.13
39	Repairs, installation and services (labour and parts)	0.02
40	All other departments (include gifts and seasonal)	2.39	2.77	2.27	3.34
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	6.45	6.40	5.87	6.67

TABEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
January Janvier	February Février	January Janvier	February Février		
0.10	0.14	0.13	0.15	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.22	0.19	0.26	0.17	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.16	0.18	0.17	0.17	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.25	0.27	0.25	0.25	Articles de chambres d'enfants	4
0.16	0.19	0.18	0.18	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.14	0.16	0.13	0.13	Vêtements de fillettes	6
0.16	0.18	0.17	0.19	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.15	0.16	0.15	0.15	Sous-vêtements	8
0.07	0.10	0.07	0.10	Chaussures athlétiques	9
0.16	0.16	0.16	0.15	Bas pour dames	10
0.14	0.13	0.15	0.13	Articles de parure pour dames	11
0.10	0.12	0.13	0.12	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.13	0.13	0.14	0.13	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.13	0.14	0.14	0.16	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.14	0.15	0.15	0.14	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.10	0.12	0.13	0.12	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.33	0.49	0.36	0.42	Produits alimentaires et connexes	17
0.14	0.18	0.15	0.18	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.13	0.13	0.14	0.12	Appareils et fournitures photographiques	19
0.12	0.12	0.13	0.12	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.15	0.13	0.15	0.12	Linges de maison	21
0.10	0.10	0.10	0.10	Bagages	22
0.08	0.08	0.08	0.07	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.11	0.12	0.14	0.15	Revêtements de plancher	24
0.12	0.13	0.13	0.13	Tentures et housses	25
0.11	0.12	0.14	0.12	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.19	0.20	0.24	0.21	Meubles	27
0.28	0.30	0.32	0.27	Gros appareils ménagers	28
0.12	0.14	0.14	0.14	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.15	0.16	0.15	0.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.09	0.11	0.11	0.09	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.10	0.09	0.10	0.08	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.06	0.08	0.06	0.08	Bijouterie	33
0.09	0.10	0.08	0.09	Jouets et jeux	34
0.10	0.10	0.10	0.08	Equipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.12	0.16	0.13	0.14	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.15	0.14	0.14	0.12	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation	39
0.40	0.39	0.38	0.35	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.15	0.16	0.16	0.16	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993**TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993**

Period Période	Unadjusted change Non désaisonnalisés	Year/year per cent Variation en pourcentage année/année	Seasonally adjusted change Désaison- nalisé	Month/month per cent Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,657	-0.6
February - Février	4,389,949	+3.2	4,819,251	+1.9
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,723,078	-2.0
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,814,452	+1.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,787,931	-0.6
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,823,786	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,878,320	+1.1
August - Août	4,934,391	+6.0	4,964,266	+1.8
September - Septembre	5,322,391	+4.6	4,997,102	+0.7
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,989,320	-2.0
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,015,064	+0.5
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,931,961	-1.7
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,590,697	-6.1
February - Février	4,326,630	-1.4	4,789,411	+4.3
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,888,573	+2.1
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,943,030	+1.1
May - Mai	5,033,509	+4.7	5,023,500	+1.6
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,077,635	+1.1
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,039,775	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,092,647	+1.0
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,111,344	+0.4
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,127,122	+0.3
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,185,109	+1.1
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,282,665	+1.9
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,289,656	+0.1
February - Février	4,771,534	+10.3	5,124,696	-3.1
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,229,999	+2.1
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,189,153	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,216,579	+0.5
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,170,711	-0.9
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,133,821	-0.7
August - Août	4,983,135	-2.3	5,050,260	-1.6
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,991,691	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,029,648	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,078,054	+1.0
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,670	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,056,837	-1.3
February - Février	4,605,518	-3.5	5,111,682	+1.1
March - Mars				
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable,¹ Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993**TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993**

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	+ 1.7
March - Mars	3,088,302	2,317,207			
April - Avril	2,929,202	2,297,650			
May - Mai	3,008,348	2,351,267			
June - Juin	3,090,219	2,368,098			
July - Juillet	3,142,018	2,280,713			
August - Août	2,867,844	2,319,434			
September - Septembre	3,012,999	2,333,357			
October - Octobre	3,181,246	2,377,907			
November - Novembre	3,218,605	2,444,593			
December - Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,870.0	2,647.0	2,534.0	+ 2.3	-4.3
February - Février	2,960.0	2,516.0	2,488.0	-1.8	-1.1
March - Mars	3,106.0	2,447.0			
April - Avril	3,076.0	2,412.0			
May - Mai	3,116.0	2,419.0			
June - Juin	3,106.0	2,384.0			
July - Juillet	3,112.0	2,341.0			
August - Août	2,987.0	2,375.0			
September - Septembre	2,976.0	2,338.0			
October - Octobre	2,980.0	2,339.0			
November - Novembre	2,925.0	2,284.0			
December - Décembre	2,634.0	2,478.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales- stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec. (Closed Oct. 1992)

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec. (Fermé oct. 1992)

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

TEXT TABLE I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1993 – February 1993

TABLEAU EXPLICATIF I.

Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1993 – Février 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités organisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	77.8	99.6
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	..	77.8	99.7
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	..	100.0	100.0

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales by Region , Advance Release, <i>Monthly, Bilingual</i> .	Ventes des grands magasins par région , rapport provisoire, <i>mensuel, bilingue</i> .	63-004
Retail Trade , <i>Monthly, Bilingual</i> .	Commerce de détail , <i>mensuel, bilingue</i> .	63-005
New Motor Vehicle Sales , <i>Monthly, Bilingual</i> .	Ventes de véhicules automobiles neufs , <i>mensuel, bilingue</i> .	63-007
Retail Chain and Department stores , <i>Annual, Bilingual</i> .	Magasins de détail à succursales et les grands magasins , <i>annuel, bilingue</i> .	63-210
Vending Machine Operators , <i>Annual, Bilingual</i> .	Exploitants de distributeurs automatiques , <i>annuel, bilingue</i> .	63-213
Direct Selling in Canada , <i>Annual, Bilingual</i> .	La vente directe au Canada , <i>annuel, bilingue</i> .	63-218
Campus Bookstores , <i>Annual, Bilingual</i> .	Librairies de campus , <i>annuel, bilingue</i> .	63-219
Annual Retail Trade , <i>Annual, Bilingual</i> .	Commerce de détail , <i>annuel, bilingue</i> .	63-223
Market Research Handbook , <i>Annual, Bilingual</i> .	Recueil statistique des études de marché , <i>annuel, bilingue</i> .	63-224
Retail Commodity Survey , <i>Occasional, Bilingual</i> .	Enquête sur les marchandises vendues au détail , <i>hors série, bilingue</i> .	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:



**Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6**

(Please print)

PHONE:

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.

FAX TO:



VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard


Card Number


Signature _____

Expiry Date	
-------------	--

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada – Publications

 **Bill me later** (Pre-payment required for all publications except subscriptions. Maximum credit \$500.)

 **Purchase Order Number**
(Please enclose)

Authorized Signature _____

Company

Department

Attention

Address

City Province

Postal Code	Phone	Fax
-------------	-------	-----

Please ensure that **all information** is completed.

**Date of
Issue**
or
Indicate an
"S" for
subscriptions

**Annual Subscription
or Book Price**

Quantity

Total

\$

Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

SUBTOTAL

GST Registration # R121491807

DISCOUNT
(if applicable)

Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada – Publications.

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

PF 093022

THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics
CanadaStatistique
Canada

Canada

THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1992

The fastest way to get off to a good start !

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The **Market Research Handbook 1992** can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

Looking for...

... socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

... revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The **Market Research Handbook 1992** has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook 1992** close at hand for easy reference.

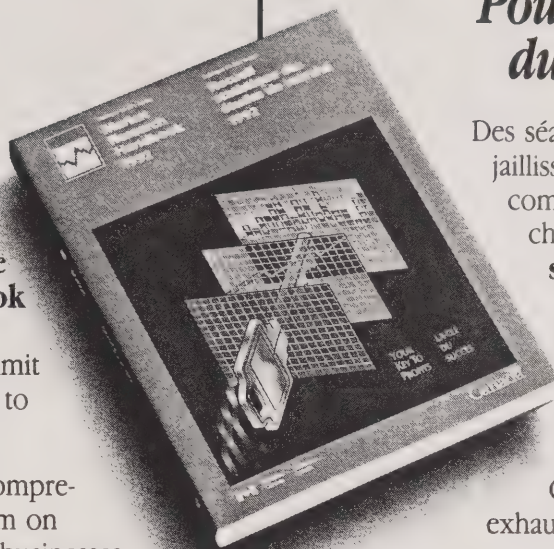
The **Market Research Handbook 1992** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1992

Pour partir du bon pied !



Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil statistique des études de marché 1992** peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

Vous cherchez...

... des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

... des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le **Recueil** contient tout cela... et plus encore :

- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

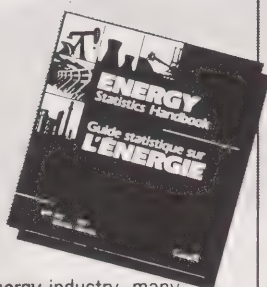
Le **Recueil statistique des études de marché 1992** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7 % en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.

DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The *Energy Statistics Handbook* is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the *Energy Statistics Handbook* to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the *Energy Statistics Handbook* today!

The *Energy Statistics Handbook* (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le *Guide statistique de l'énergie* est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le *Guide statistique de l'énergie* pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au *Guide statistique de l'énergie*!

Le *Guide statistique de l'énergie* (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Write to:



Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call 1-800-267-6677 and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.



Catalogue 63-002 Monthly

Department store sales and stocks

March 1993



Catalogue 63-002 Mensuel

Government
Publications

Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1993



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9606)
or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9606) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

March 1993



Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1993

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1993

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1993

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division de la
commercialisation, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Juillet 1993

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année

États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année

Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5

Table

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1992-1993	8
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	10
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	14
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	14
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	17
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	18
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	19
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	20
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	22
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	23

Table des matières

	Page
Points saillants	5

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	8
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	10
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	14
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	14
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	17
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	18
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	19
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	20
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	22
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	23

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Page

Appendix

I. Scope of the Survey	25
Data Quality and Methodology	26
Explanatory Notes	26
II. List of Departement Store Organisations	28

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29
For further reading	30

TABLE DES MATIÈRES - fin

Page

Appendice

I. Champ de l'enquête	25
Qualités des données et méthodologie	26
Notes explicatives	26
II. Liste des organisations des grands magasins	28

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
Lectures suggérées	30

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,065 million in March 1993, a decrease of 0.7% from the previous month's total (revised) of \$1,072 million.
- The 0.7% sales decrease in March 1993 was the second consecutive monthly decrease.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,118 million at the end of March, an increase of 0.2% from the February 1993 value (revised) of \$5,110 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour mars 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé 1 065 millions \$, une diminution de 0,7% par rapport à l'estimation révisée de février (1 072 millions \$).
- La diminution de 0,7% dans les ventes en mars représente une deuxième baisse mensuelle consécutive.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une augmentation de 0,2% par rapport au mois précédent (5 110 millions \$, chiffre révisé) et s'élevait à la fin de mars 1993 à 5 118 millions \$.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Unadjusted - Non désaisonnalisées					
		1992		1993		Change 1993 Variation	
		February	March	February	March	March 1993/1992	
		Février	Mars	Février	Mars	Mars 1993/1992	
		thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms	5,983	8,258	4,374	6,901	-16.4	
2	Women's and misses' coats and suits	8,882	12,700	6,191	12,433	-2.1	
3	Women's and misses' casual wear	53,304	70,228	51,985	75,352	+7.3	
4	Nursery equipment	9,203	9,205	8,705	10,427	+13.3	
5	Infants' and children's wear	24,199	30,206	22,473	31,721	+5.0	
6	Girls' wear	9,489	14,139	8,248	13,559	-4.1	
7	Lingerie and women's sleepwear	12,582	12,780	11,643	12,633	-1.1	
8	Intimate apparel	16,901	18,346	16,444	20,062	+9.4	
9	Athletic footwear	6,200	10,198	6,430	11,297	+10.8	
10	Women's hosiery	11,093	12,388	9,943	11,892	-4.0	
11	Women's accessories	9,949	11,586	9,133	11,137	-3.9	
12	Women's, misses', girls' and children's footwear	14,305	20,306	12,805	20,585	+1.4	
13	Men's coats, suits and dress pants	12,521	17,048	10,685	15,771	-7.5	
14	Men's casual wear and furnishings	39,769	48,267	38,539	47,002	-2.6	
15	Boys' clothing and furnishings	7,633	11,411	6,368	10,597	-7.1	
16	Men's and boys' footwear	7,537	9,492	6,993	11,389	+20.0	
17	Food and kindred products	24,866	23,968	27,817	28,692	+19.7	
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	63,664	65,761	63,311	67,140	+2.1	
19	Photographic equipment and supplies	7,182	7,746	6,482	7,326	-5.4	
20	Sewing supplies, notions and piece goods	9,097	9,684	8,129	9,271	-4.3	
21	Linens	34,170	35,200	31,034	36,176	+2.8	
22	Luggage	3,344	3,997	3,073	3,532	-11.6	
23	China, crystal, glassware and silverware	10,241	10,723	9,315	10,687	-0.3	
24	Floor coverings	9,267	10,987	8,944	10,381	-5.5	
25	Draperies and furniture coverings	9,924	11,630	8,667	10,444	-10.2	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,135	7,219	6,442	7,525	+4.2	
27	Furniture	34,535	40,867	30,436	39,016	-4.5	
28	Major appliances	29,468	34,210	24,066	31,870	-6.8	
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	35,876	36,425	36,235	43,973	+20.7	
30	Housewares and small electrical appliances	35,971	33,966	32,823	35,436	+4.3	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,579	25,603	17,010	22,878	-10.6	
32	Plumbing, heating and building materials	4,891	5,258	3,989	4,727	-10.1	
33	Jewellery	13,224	14,232	12,922	15,149	+6.4	
34	Toys and games	13,560	16,432	12,589	17,441	+6.1	
35	Sports equipment and athletic apparel	14,102	20,128	12,754	20,949	+4.1	
36	Stationery, books and office equipment	25,926	21,083	22,141	20,724	-1.7	
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	9,772	10,716	8,547	9,868	-7.9	
38	Meals and lunches	17,030	18,394	14,940	17,441	-5.2	
39	Repairs, installation and services (labour and parts)	18,849	22,326	17,703	21,486	-3.8	
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	43,470	48,013	40,308	48,608	+1.2	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	745,693	851,128	690,635	863,499	+1.5	

TABEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993

Seasonally adjusted - Désaisonnalisées					Rayon	N°
1992	1993			Change Variation		
December ^r	January ^r	February ^r	March ^p	March/Feb. 1993		
Décembre ^r	Janvier ^r	Février ^r	Mars ^p	Mars/fév. 1993		
thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage		
<p>This table will be reactivated in January 1994 Publication (Data not available now)</p> <p>Ce tableau sera réactivé dans la publication de janvier 1994 (Données non disponibles actuellement)</p>				Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
				Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
				Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3	
				Articles de chambres d'enfants	4	
				Vêtements de bébés et d'enfants	5	
				Vêtements de fillettes	6	
				Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
				Sous-vêtements	8	
				Chaussures athlétiques	9	
				Bas pour dames	10	
				Articles de parure pour dames	11	
				Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12	
				Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13	
				Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14	
				Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
				Chaussures pour hommes et garçons	16	
				Produits alimentaires et connexes	17	
				Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18	
				Appareils et fournitures photographiques	19	
				Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20	
				Linges de maison	21	
				Bagages	22	
				Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23	
				Revêtements de plancher	24	
				Tentures et housses	25	
				Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
				Meubles	27	
				Gros appareils ménagers	28	
				Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc)	29	
				Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
				Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
				Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
				Bijouterie	33	
				Jouets et jeux	34	
				Equipements de sport et vêtements athlétiques	35	
				Papeterie, livres et matériel de bureau	36	
				Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37	
				Repas et casse-croûtes	38	
				Service, installation et travaux de réparation	39	
				Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40	
				TOTAL, TOUS LES RAYONS	41	

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	
thousands of dollars - milliers de dollars							
Major department stores							
1	1992 February	405,567	x	x	7,308	x	70,068
2	March	474,950	x	x	9,386	x	82,856
3	January-March	1,265,819	x	x	24,035	x	218,842
4	1993 February	370,905	x	x	7,066	x	65,316
5	March	462,345	x	x	8,958	x	84,012
6	January-March	1,232,074	x	x	23,380	x	219,425
Percentage change							
7	March 1993/1992	-2.7	x	x	-4.6	x	+ 1.4
8	January-March 1993/1992	-2.7	x	x	-2.7	x	+ 0.3
Junior department stores							
9	1992 February	340,126	x	x	14,415	x	65,314
10	March	376,177	x	x	17,270	x	72,270
11	January-March	1,020,022	x	x	44,881	x	197,663
12	1993 February	319,731	x	x	14,582	x	55,230
13	March	401,154	x	x	18,296	x	69,959
14	January-March	1,034,225	x	x	46,750	x	181,242
Percentage change							
15	March 1993/1992	+ 6.6	x	x	+ 5.9	x	-3.2
16	January-March 1993/1992	+ 1.4	x	x	+ 4.2	x	-8.3
Total, all department stores							
17	1992 February	745,693	9,642	2,765	21,723	15,149	135,382
18	March	851,128	10,712	3,246	26,656	18,087	155,126
19	January-March	2,285,841	28,435	8,655	68,916	46,872	416,505
20	1993 February	690,635	8,719	2,594	21,648	14,227	120,546
21	March	863,499	11,649	3,190	27,254	18,238	153,971
22	January-March	2,266,299	28,791	8,209	70,130	46,932	400,667
Percentage change							
23	March 1993/1992	+ 1.5	+ 8.7	-1.7	+ 2.2	+ 0.8	-0.7
24	January-March 1993/1992	-0.9	+ 1.3	-5.2	+ 1.8	+ 0.1	-3.8

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie-Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
					Grands magasins traditionnels	
166,294	17,649	x	52,517	75,315	1992 Février	1
188,650	20,835	x	64,547	88,819	Mars	2
510,883	55,761	x	167,976	236,347	Janvier-mars	3
149,405	16,116	x	47,936	70,070	1993 Février	4
186,078	20,380	x	59,293	84,365	Mars	5
492,778	52,882	x	161,376	231,626	Janvier-mars	6
					Variation procentuelle	
-1.4	-2.2	x	-8.1	-5.0	Mars 1993/1992	7
-3.5	-5.2	x	-3.9	-2.0	Janvier-mars 1993/1992	8
					Grands magasins populaires	
145,672	14,066	x	30,685	37,370	1992 Février	9
156,373	15,393	x	35,529	42,018	Mars	10
431,749	41,781	x	93,004	112,693	Janvier-mars	11
141,237	13,280	x	28,252	36,505	1993 Février	12
174,107	16,917	x	36,739	45,545	Mars	13
455,941	42,648	x	91,737	116,395	Janvier-mars	14
					Variation procentuelle	
+ 11.3	+ 9.9	x	+ 3.4	+ 8.4	Mars 1993/1992	15
+ 5.6	+ 2.1	x	- 1.4	+ 3.3	Janvier-mars 1993-1992	16
					Ensemble des grands magasins	
311,966	31,713	21,467	83,201	112,685	1992 Février	17
345,023	36,228	25,135	100,077	130,838	Mars	18
942,632	97,542	66,265	260,980	349,040	Janvier-mars	19
290,642	29,396	20,100	76,188	106,575	1993 Février	20
360,185	37,297	25,774	96,032	129,910	Mars	21
948,719	95,530	66,189	253,113	348,021	Janvier-mars	22
					Variation procentuelle	
+ 4.4	+ 3.0	+ 2.5	- 4.0	- 0.7	Mars 1993/1992	23
+ 0.6	- 2.1	- 0.1	- 3.0	- 0.3	Janvier-mars 1993/1992	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 February	21,238	23,586	x	15,262	x
2	March	26,073	28,851	x	16,636	x
3	January-March	68,250	75,251	x	46,072	x
4	1993 February	19,494	21,376	x	13,236	x
5	March	24,345	26,186	x	16,267	x
6	January-March	65,533	71,846	x	43,269	x
Percentage change						
7	March 1993/1992	-6.6	-9.2	x	-2.2	x
8	January-March 1993/1992	-4.0	-4.5	x	-6.1	x
Junior department stores						
9	1992 February	9,104	12,366	x	7,090	x
10	March	10,479	14,479	x	7,727	x
11	January-March	27,586	37,725	x	21,159	x
12	1993 February	8,258	11,899	x	7,794	x
13	March	10,284	14,836	x	9,259	x
14	January-March	26,490	37,712	x	24,876	x
Percentage change						
15	March 1993/1992	-1.9	+2.5	x	+19.8	x
16	January-March 1993/1992	-4.0	+0.0	x	+17.6	x
Total, all department stores						
17	1992 February	30,342	35,951	11,571	22,352	72,916
18	March	36,552	43,330	13,981	24,363	83,321
19	January-March	95,836	112,976	36,660	67,231	224,304
20	1993 February	27,752	33,275	11,133	21,030	66,379
21	March	34,629	41,021	13,838	25,526	84,353
22	January-March	92,023	109,558	35,917	68,145	218,896
Percentage change						
23	March 1993/1992	-5.3	-5.3	-1.0	+4.8	+1.2
24	January-March 1993/1992	-4.0	-3.0	-2.0	+1.4	-2.4

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
19,465	x	83,156	49,058	x	1992 Février	1
22,183	x	92,716	57,027	x	Mars	2
60,260	x	253,909	152,922	x	Janvier-mars	3
16,650	x	74,605	44,804	x	1993 Février	4
21,230	x	91,729	53,565	x	Mars	5
55,616	x	243,914	146,596	x	Janvier-mars	6
Variation procentuelle						
-4.3	x	-1.1	-6.1	x	Mars 1993/1992	7
-7.7	x	-3.9	-4.1	x	Janvier-mars 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
15,422	x	41,200	12,129	x	1992 Février	9
16,518	x	43,590	13,420	x	Mars	10
46,031	x	121,574	36,429	x	Janvier-mars	11
13,978	x	41,266	12,068	x	1993 Février	12
17,133	x	48,953	14,753	x	Mars	13
45,218	x	130,004	38,219	x	Janvier-mars	14
Variation procentuelle						
+ 3.7	x	+ 12.3	+ 9.9	x	Mars 1993/1992	15
-1.8	x	+ 6.9	+ 4.9	x	Janvier-mars 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
34,887	18,177	124,356	61,187	28,006	1992 Février	17
38,701	21,393	136,306	70,447	32,431	Mars	18
106,291	56,364	375,483	189,351	86,824	Janvier-mars	19
30,628	15,727	115,872	56,872	26,111	1993 Février	20
38,363	20,744	140,682	68,318	33,031	Mars	21
100,834	53,515	373,918	184,815	84,752	Janvier-mars	22
Variation procentuelle						
-0.9	-3.0	+ 3.2	-3.0	+ 1.8	Mars 1993/1992	23
-5.1	-5.1	-0.4	-2.4	-2.4	Janvier-mars 1993/1992	24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
			number - nombre				
	Major department stores						
1	1992 February	330	2	1	12	5	55
2	March	329	2	1	12	5	56
3	1993 February	329	2	1	12	5	58
4	March	326	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 February	565	16	5	30	26	111
6	March	565	16	5	30	26	111
7	1993 February	548	16	4	31	24	95
8	March	551	16	4	31	24	96
	Total, all department stores						
9	1992 February	895	18	6	42	31	166
10	March	894	18	6	42	31	167
11	1993 February	877	18	5	43	29	153
12	March	877	18	5	43	29	154

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
			number - nombre			
	Major department stores					
1	1992 February	14	21	7	14	30
2	March	14	21	7	15	30
3	1993 February	14	21	7	13	32
4	March	14	21	7	13	32
	Junior department stores					
5	1992 February	13	18	10	11	43
6	March	13	18	10	11	43
7	1993 February	13	18	10	13	33
8	March	13	18	10	13	34
	Total, all department stores					
9	1992 February	27	39	17	25	73
10	March	27	39	17	26	73
11	1993 February	27	39	17	26	65
12	March	27	39	17	26	66

¹ See footnote at end of tables.

TABLERAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
130	13	12	48	52	1992 Février	1
129	13	12	48	51	Mars	2
125	13	12	48	53	1993 Février	3
123	13	12	48	52	Mars	4
					Grands magasins populaires	
224	23	22	48	60	1992 Février	5
224	23	22	48	60	Mars	6
225	23	23	47	60	1993 Février	7
226	23	23	48	60	Mars	8
					Ensemble des grands magasins	
354	36	34	96	112	1992 Février	9
353	36	34	96	111	Mars	10
350	36	35	95	113	1993 Février	11
349	36	35	96	112	Mars	12

TABLERAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
15	7	54	29	12	1992 Février	1
15	7	53	28	12	Mars	2
13	8	51	29	12	1992 Février	3
13	8	51	28	12	Mars	4
					Grands magasins populaires	
23	13	61	17	17	1992 Février	5
23	13	61	17	17	Mars	6
21	11	61	19	17	1993 Février	7
21	11	61	18	17	Mars	8
					Ensemble des grands magasins	
38	20	115	46	29	1992 Février	9
38	20	114	45	29	Mars	10
34	19	112	48	29	1993 Février	11
34	19	112	46	29	Mars	12

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1991 to 1993

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1991 à 1993

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

January-March - Janvier-mars

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	18,862	14,915	-20.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	31,673	27,207	-14.1
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	169,751	178,436	+5.1
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	25,834	28,283	+9.5
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	74,674	75,245	+0.8
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	31,313	28,867	-7.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	37,029	35,746	-3.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	50,639	52,875	+4.4
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	21,476	23,345	+8.7
10	Women's hosiery - Bas pour dames	34,429	32,361	-6.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	32,684	31,680	-3.1
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	47,529	47,135	-0.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	41,810	38,443	-8.1
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	122,077	119,856	-1.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	25,812	23,026	-10.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	24,039	26,595	+10.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	66,317	78,104	+17.8
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	181,558	186,009	+2.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	22,470	21,579	-4.0
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	28,066	26,534	-5.5
21	Linens - Linges de maison	110,763	106,641	-3.7
22	Luggage - Bagages	10,542	9,851	-6.6
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	31,604	30,632	-3.1
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	28,551	28,041	-1.8
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	30,462	27,697	-9.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	20,778	21,562	+3.8
27	Furniture - Meubles	108,280	103,781	-4.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	91,448	88,582	-3.1
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope,	105,896	118,966	+12.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	104,771	100,985	-3.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	63,651	58,770	-7.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	15,749	13,989	-11.2
33	Jewellery - Bijouterie	38,138	39,099	+2.5
34	Toys and games - Jouets et jeux	42,297	41,986	-0.7
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	48,747	50,166	+2.9
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	68,281	64,849	-5.0
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	30,966	28,735	-7.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	52,856	48,820	-7.6
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation	60,330	57,161	-5.3
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	133,692	129,744	-3.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	2,285,841	2,266,299	-0.9

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993**TABLEAU 8. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993**

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		February	March	February	March	Mar. 1993/ February 1993	March 1993/1992
		Février	Mars	Février	Mars	Mars 1993/ février 1993	Mars 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	47,368	53,387	33,604	42,441	+ 26.3	-20.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	54,214	54,516	41,502	44,216	+ 6.5	-18.9
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	334,817	392,346	336,968	410,054	+ 21.7	+ 4.5
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	38,886	38,149	35,330	37,740	+ 6.8	-1.1
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	137,110	159,477	139,679	161,655	+ 15.7	+ 1.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	68,647	81,922	71,703	80,121	+ 11.7	-2.2
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	70,500	75,340	63,933	74,447	+ 16.4	-1.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	107,941	103,001	110,798	111,065	+ 0.2	+ 7.8
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	68,660	84,662	64,791	91,736	+ 41.6	+ 8.4
10	Women's hosiery - Bas pour dames	73,217	73,754	71,042	74,941	+ 5.5	+ 1.6
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	77,566	90,131	74,660	79,945	+ 7.1	-11.3
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	129,027	147,129	111,193	131,971	+ 18.7	-10.3
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	101,055	109,696	89,174	99,183	+ 11.2	-9.6
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	294,039	325,221	263,235	306,071	+ 16.3	-5.9
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	54,629	61,879	48,318	53,899	+ 11.6	-12.9
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	66,475	74,823	62,072	73,775	+ 18.9	-1.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	51,859	79,427	76,554	81,394	+ 6.3	+ 2.5
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	359,799	366,347	357,842	371,593	+ 3.8	+ 1.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	54,877	54,037	51,867	52,140	+ 0.5	-3.5
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	78,779	83,018	71,713	74,540	+ 3.9	-10.2
21	Linens - Linges de maison	268,375	273,931	256,771	267,599	+ 4.2	-2.3
22	Luggage - Bagages	32,919	33,361	30,831	30,616	-0.7	-8.2
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	135,177	138,018	126,533	134,020	+ 5.9	-2.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	78,119	79,704	62,169	65,636	+ 5.6	-17.7
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	77,972	77,712	68,579	73,964	+ 7.9	-4.8
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	59,300	60,549	54,706	55,753	+ 1.9	-7.9
27	Furniture - Meubles	179,782	188,938	148,336	158,539	+ 6.9	-16.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	96,991	97,650	87,459	87,166	-0.3	-10.7
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc)	259,442	262,009	256,129	267,691	+ 4.5	+ 2.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	230,881	235,012	216,744	225,984	+ 4.3	-3.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	192,654	203,941	191,082	204,747	+ 7.2	+ 0.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	55,146	55,135	51,385	51,329	-0.1	-6.9
33	Jewellery - Bijouterie	181,546	185,825	176,953	187,479	+ 5.9	+ 0.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	146,031	158,885	152,259	170,223	+ 11.8	+ 7.1
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	154,938	200,533	181,631	220,720	+ 21.5	+ 10.1
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	162,104	161,712	162,516	166,839	+ 2.7	+ 3.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	68,056	71,072	71,028	72,788	+ 2.5	+ 2.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	2,135	2,056
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	120,491	141,117	134,428	159,461	+ 18.6	+ 13.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	4,771,521	5,135,421	4,605,518	5,053,479	+ 9.7	-1.6

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992- 1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		February Février	March Mars	February Février	March Mars
1	Women's and misses' dresses and uniforms	7.92	6.46	7.68	6.15
2	Women's and misses' coats and suits	6.10	4.29	6.70	3.56
3	Women's and misses' casual wear	6.28	5.59	6.48	5.44
4	Nursery equipment	4.23	4.14	4.06	3.62
5	Infants' and children's wear	5.67	5.28	6.22	5.10
6	Girls' wear	7.23	5.79	8.69	5.91
7	Lingerie and women's sleepwear	5.60	5.90	5.49	5.89
8	Intimate apparel	6.39	5.61	6.74	5.54
9	Athletic footwear	11.07	8.30	10.08	8.12
10	Women's hosiery	6.60	5.95	7.14	6.30
11	Women's accessories	7.80	7.78	8.17	7.18
12	Women's, misses', girls' and children's footwear	9.02	7.25	8.68	6.41
13	Men's coats, suits and dress pants	8.07	6.43	8.35	6.29
14	Men's casual wear and furnishings	7.39	6.74	6.83	6.51
15	Boys' clothing and furnishings	7.16	5.42	7.59	5.09
16	Men's and boys' footwear	8.82	7.88	8.88	6.48
17	Food and kindred products	2.09	3.31	2.75	2.84
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.65	5.57	5.65	5.53
19	Photographic equipment and supplies	7.64	6.98	8.00	7.12
20	Sewing supplies, notions and piece goods	8.66	8.57	8.82	8.04
21	Linens	7.85	7.78	8.27	7.40
22	Luggages	9.85	8.35	10.03	8.67
23	China, crystal, glassware and silverware	13.20	12.87	13.58	12.54
24	Floor coverings	8.43	7.25	6.95	6.32
25	Draperies and furniture coverings	7.86	6.68	7.91	7.08
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.31	8.39	8.49	7.41
27	Furniture	5.21	4.62	4.87	4.06
28	Major appliances	3.29	2.85	3.63	2.74
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	7.23	7.19	7.07	6.09
30	Housewares and small electrical appliances	6.42	6.92	6.60	6.38
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	9.36	7.97	11.23	8.95
32	Plumbing, heating and building materials	11.28	10.49	12.88	10.86
33	Jewellery	13.73	13.06	13.69	12.38
34	Toys and games	10.77	9.67	12.09	9.76
35	Sports equipment and athletic apparel	10.99	9.96	14.24	10.54
36	Stationery, books and office equipment	6.25	7.67	7.34	8.05
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	6.96	6.63	8.31	7.38
38	Meals and lunches	0.13	0.11
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	2.77	2.94	3.34	3.28
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	6.40	6.03	6.67	5.85

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
February Février	March Mars	February Février	March Mars		
0.14	0.16	0.15	0.18	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.19	0.23	0.17	0.29	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.18	0.19	0.17	0.20	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.27	0.24	0.25	0.29	Articles de chambres d'enfants	4
0.19	0.20	0.18	0.21	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.16	0.19	0.13	0.18	Vêtements de fillettes	6
0.18	0.18	0.19	0.18	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.16	0.17	0.15	0.18	Sous-vêtements	8
0.10	0.13	0.10	0.14	Chaussures athlétiques	9
0.16	0.17	0.15	0.16	Bas pour dames	10
0.13	0.14	0.13	0.14	Articles de parure pour dames	11
0.12	0.15	0.12	0.17	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.13	0.16	0.13	0.17	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.14	0.16	0.16	0.17	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.15	0.20	0.14	0.21	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.12	0.13	0.12	0.17	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.49	0.37	0.42	0.36	Produits alimentaires et connexes	17
0.18	0.18	0.18	0.18	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.13	0.14	0.12	0.14	Appareils et fournitures photographiques	19
0.12	0.12	0.12	0.13	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.13	0.13	0.12	0.14	Linges de maison	21
0.10	0.12	0.10	0.11	Bagages	22
0.08	0.08	0.07	0.08	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.12	0.14	0.15	0.16	Revêtements de plancher	24
0.13	0.15	0.13	0.15	Tentures et housses	25
0.12	0.12	0.12	0.14	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.19	0.22	0.21	0.25	Meubles	27
0.30	0.35	0.27	0.37	Gros appareils ménagers	28
0.14	0.14	0.14	0.17	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.16	0.15	0.15	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.11	0.13	0.09	0.12	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.09	0.10	0.08	0.09	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.08	0.08	0.08	0.08	Bijouterie	33
0.10	0.11	0.09	0.11	Jouets et jeux	34
0.10	0.11	0.08	0.10	Equipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.16	0.13	0.14	0.13	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.14	0.15	0.12	0.14	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation	39
0.39	0.37	0.35	0.33	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.16	0.17	0.16	0.18	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993**TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993**

Period Période	Unadjusted change Non désaisonnalisés	Year/year per cent Variation en pourcentage année/année	Seasonally adjusted change Désaison- nalisé	Month/month per cent Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+3.2	4,833,184	+2.2
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,800,535	+0.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,809,863	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,881,953	+1.5
August - Août	4,934,391	+6.0	4,960,839	+1.6
September - Septembre	5,322,391	+4.6	5,011,295	+1.0
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,003,808	+0.1
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+3.6
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,863,053	+1.8
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,935,682	+1.5
May - Mai	5,033,509	+4.7	4,994,546	+1.2
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,066,083	+1.4
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,121,160	+1.8
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,153,243	+0.6
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,159,330	+0.1
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,186,021	+0.5
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,253,267	+1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,319,911	+1.3
February - Février	4,771,534	+10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,207,643	+2.0
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,201,869	+0.7
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,055,591	-1.4
February - Février	4,605,518	-3.5	5,109,853	+1.1
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,118,178	+0.2
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable,¹ Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993**TABLERAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993**

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992	
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992	
Unadjusted - Non désaisonnalisés	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage		
	January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
	February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	+ 1.7
	March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.2	-0.5
	April - Avril	2,929,202	2,297,650			
	May - Mai	3,008,348	2,351,267			
	June - Juin	3,090,219	2,368,098			
	July - Juillet	3,142,018	2,280,713			
	August - Août	2,867,844	2,319,434			
	September - Septembre	3,012,999	2,333,357			
	October - Octobre	3,181,246	2,377,907			
	November - Novembre	3,218,605	2,444,593			
December - Décembre	2,862,420	2,805,367				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés	millions of dollars - millions de dollars					
	January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,526.0	+ 2.3	-2.7
	February - Février	2,791.0	2,493.0	2,475.0	-2.0	-0.7
	March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,454.0	-0.8	--
	April - Avril	3,058.0	2,411.0			
	May - Mai	3,104.0	2,418.0			
	June - Juin	3,132.0	2,400.0			
	July - Juillet	3,261.0	2,367.0			
	August - Août	2,993.0	2,406.0			
	September - Septembre	3,024.0	2,343.0			
	October - Octobre	3,120.0	2,334.0			
	November - Novembre	3,004.0	2,281.0			
December - Décembre	2,536.0	2,470.0				

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1993 – March 1993

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1993 – Mars 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités organisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	66.7	96.5
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	...	66.7	98.7
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales by Region, Advance Release, <i>Monthly, Bilingual.</i>	Ventes des grands magasins par région, rapport provisoire, <i>mensuel, bilingue.</i>	63-004
Retail Trade, <i>Monthly, Bilingual.</i>	Commerce de détail, <i>mensuel, bilingue.</i>	63-005
New Motor Vehicle Sales, <i>Monthly, Bilingual.</i>	Ventes de véhicules automobiles neufs, <i>mensuel, bilingue.</i>	63-007
Retail Chain and Department stores, <i>Annual, Bilingual.</i>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, <i>annuel, bilingue.</i>	63-210
Vending Machine Operators, <i>Annual, Bilingual.</i>	Exploitants de distributeurs automatiques, <i>annuel, bilingue.</i>	63-213
Direct Selling in Canada, <i>Annual, Bilingual.</i>	La vente directe au Canada, <i>annuel, bilingue.</i>	63-218
Campus Bookstores, <i>Annual, Bilingual.</i>	Librairies de campus, <i>annuel, bilingue.</i>	63-219
Annual Retail Trade, <i>Annual, Bilingual.</i>	Commerce de détail, <i>annuel, bilingue.</i>	63-223
Market Research Handbook, <i>Annual, Bilingual.</i>	Recueil statistique des études de marché, <i>annuel, bilingue.</i>	63-224
Retail Commodity Survey, <i>Occasional, Bilingual.</i>	Enquête sur les marchandises vendues au détail, <i>hors série, bilingue.</i>	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

BON DE COMMANDE

Statistique Canada



Division de la
commercialisation
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard


N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

☐ Paiement inclus _____ \$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

 **Envoyez-moi la facture plus tard** (Un acompte est exigé pour toutes les publications commandées, sauf pour les abonnements. Un crédit maximum de 500 \$.)

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093022

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1992

The fastest way to get off to a good start !

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The **Market Research Handbook 1992** can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

Looking for . . .

. . . socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

. . . revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The **Market Research Handbook 1992** has it all . . . and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook 1992** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook 1992** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1992

Pour partir du bon pied !

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil statistique des études de marché 1992** peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

Vous cherchez . . .

. . . des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

. . . des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le **Recueil** contient tout cela . . . et plus encore :

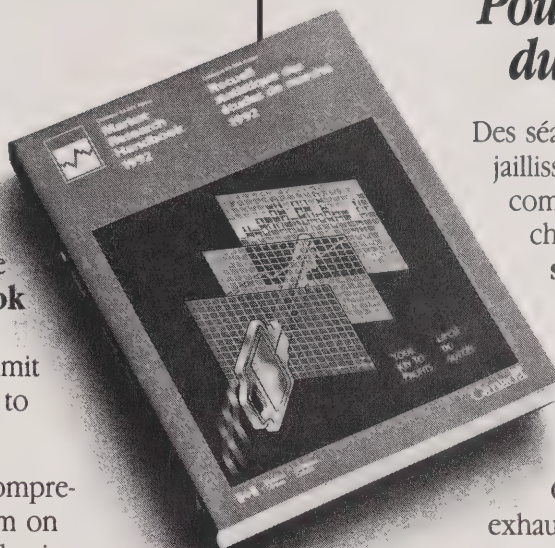
- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le **Recueil statistique des études de marché 1992** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7% en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

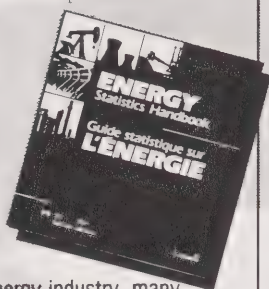
Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.



DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The *Energy Statistics Handbook* is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the *Energy Statistics Handbook* to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the *Energy Statistics Handbook* today!

The *Energy Statistics Handbook* (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.



Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call 1-800-267-6677 and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le *Guide statistique de l'énergie* est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le *Guide statistique de l'énergie* pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au *Guide statistique de l'énergie*!

Le *Guide statistique de l'énergie* (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.

Catalogue 63-002 Monthly

Catalogue 63-002 Mensuel

Commerce
Retail

Department store sales and stocks

April 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1993



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9606)
or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9606) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

April 1993

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

• Minister of Industry,
Science and Technology, 1993

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

August 1993

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually
United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually
Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

• Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1993

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Août 1993

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année
États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année
Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1992-1993	8
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	10
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	14
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	14
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	17
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	18
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	19
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	20
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	22
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	23

Table des matières

	Page
Points saillants	5
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	8
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	10
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	14
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	14
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	17
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	18
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	19
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	20
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	22
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	23

TABLE OF CONTENTS – Concluded

Page

Appendix

I. Scope of the Survey	25
Data Quality and Methodology	26
Explanatory Notes	26
II. List of Department Store Organisations	28

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29
--	----

For further reading	30
---------------------	----

TABLE DES MATIÈRES – fin

Page

Appendice

I. Champ de l'enquête	25
Qualités des données et méthodologie	26
Notes explicatives	26
II. Liste des organisations des grands magasins	28

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
--	----

Lectures suggérées	30
--------------------	----

Highlights

Seasonally Adjusted Data

Department store sales (including concessions) totalled \$1,073 million in April 1993, an increase of 0.6% from the previous month's total (revised) of \$1,066 million.

Cumulative sales for the first four months of 1993 remain virtually unchanged when compared to the same period in 1992.

Department store stocks (at selling value) totalled \$5,063 million at the end of April, a decrease of 0.9% from the March 1993 value (revised) of \$5,109 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour avril 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé 1 073 millions \$, une augmentation de 0,6% par rapport à l'estimation révisée de mars (1 066 millions \$).

- Les ventes cumulatives pour les quatre premiers mois de 1993 continuent à demeurer pratiquement inchangés en comparaison avec 1992.

- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une diminution de 0,9% par rapport au mois précédent (5 109 millions \$, chiffres révisés) et s'élevait à la fin d'avril 1993 à 5 063 millions \$.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Unadjusted - Non désaisonnalisées					
		1992		1993		Change 1993 Variation	
		March	April	March	April	April 1993/1992	
		Mars	Avril	Mars	Avril	Avril 1993/1992	
		thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms	8,258	12,141	6,901	9,944	-18.1	
2	Women's and misses' coats and suits	12,700	13,513	12,433	13,039	-3.5	
3	Women's and misses' casual wear	70,228	84,823	75,352	92,669	+9.2	
4	Nursery equipment	9,205	9,304	10,427	10,018	+7.7	
5	Infants' and children's wear	30,206	36,786	31,721	37,566	+2.1	
6	Girls' wear	14,139	17,748	13,559	16,278	-8.3	
7	Lingerie and women's sleepwear	12,780	14,531	12,633	15,254	+5.0	
8	Intimate apparel	18,346	18,578	20,062	21,704	+16.8	
9	Athletic footwear	10,198	14,380	11,297	15,543	+8.1	
10	Women's hosiery	12,388	14,578	11,892	14,307	-1.9	
11	Women's accessories	11,586	14,539	11,137	14,959	+2.9	
12	Women's, misses', girls' and children' footwear	20,306	26,545	20,585	26,412	-0.5	
13	Men's coats, suits and dress pants	17,048	18,186	15,771	17,548	-3.5	
14	Men's casual wear and furnishings	48,267	54,150	47,002	55,303	+2.1	
15	Boys' clothing and furnishings	11,411	14,345	10,597	13,386	-6.7	
16	Men's and boys' footwear	9,492	12,793	11,389	13,188	+3.1	
17	Food and kindred products	23,968	47,453	28,692	42,681	-10.1	
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	65,761	65,695	67,140	69,777	+6.2	
19	Photographic equipment and supplies	7,746	7,855	7,326	7,026	-10.5	
20	Sewing supplies, notions and piece goods	9,684	9,296	9,271	8,812	-5.2	
21	Linens	35,200	37,381	36,176	38,340	+2.6	
22	Luggage	3,997	3,714	3,532	3,397	-8.5	
23	China, crystal, glassware and silverware	10,723	13,287	10,687	12,937	-2.6	
24	Floor coverings	10,987	12,751	10,381	11,452	-10.2	
25	Draperies and furniture coverings	11,630	13,703	10,444	12,358	-9.8	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,219	8,068	7,525	7,334	-9.1	
27	Furniture	40,867	49,760	39,016	44,785	-10.0	
28	Major appliances	34,210	37,366	31,870	32,604	-12.7	
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	36,425	40,316	43,973	37,920	-5.9	
30	Housewares and small electrical appliances	33,966	34,105	35,436	36,250	+6.3	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	25,603	33,995	22,878	30,256	-11.0	
32	Plumbing, heating and building materials	5,258	6,086	4,727	5,198	-14.6	
33	Jewellery	14,232	17,577	15,149	17,603	+0.1	
34	Toys and games	16,432	24,915	17,441	22,433	-10.0	
35	Sports equipment and athletic apparel	20,128	36,428	20,949	37,767	+3.7	
36	Stationery, books and office equipment	21,083	26,134	20,724	23,250	-11.0	
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	10,716	12,421	9,868	11,854	-4.6	
38	Meals and lunches	18,394	18,976	17,441	17,220	-9.3	
39	Repairs, installation and services (labour and parts)	22,326	26,783	21,486	24,295	-9.3	
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	48,013	58,747	48,608	59,906	+2.0	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	851,128	1,019,755	863,499	1,002,578	-1.7	

TABEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993

Seasonally adjusted - Désaisonnalisées					Rayon	N°
1993				Change Variation		
January ^r	February ^r	March ^r	April ^p	April 1993/March 1993		
Janvier ^r	Février ^r	Mars ^r	Avril ^p	Avril 1993/Mars 1993		
thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage		
					Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
					Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
					Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
					Articles de chambres d'enfants	4
					Vêtements de bébés et d'enfants	5
					Vêtements de fillettes	6
					Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
					Sous-vêtements	8
					Chaussures athlétiques	9
					Bas pour dames	10
					Articles de parure pour dames	11
					Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
					Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
					Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
					Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
					Chaussures pour hommes et garçons	16
					Produits alimentaires et connexes	17
					Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
					Appareils et fournitures photographiques	19
					Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
					Linges de maison	21
					Bagages	22
					Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
					Revêtements de plancher	24
					Tentures et housses	25
					Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
					Meubles	27
					Gros appareils ménagers	28
					Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc)	29
					Articles de ménage et petits appareils électriques	30
					Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
					Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
					Bijouterie	33
					Jouets et jeux	34
					Equipements de sport et vêtements athlétiques	35
					Papeterie, livres et matériel de bureau	36
					Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
					Repas et casse-croûtes	38
					Service, installation et travaux de réparation	39
					Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
					TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

This table will be reactivated in January 1994 Publication
(Data not available now)

Ce tableau sera réactivé dans la publication de janvier 1994
(Données non disponibles actuellement)

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	
thousands of dollars - milliers de dollars							
Major department stores							
1	1992 March	474,950	x	x	9,386	x	82,856
2	April	539,019	x	x	10,958	x	101,219
3	January-April	1,804,839	x	x	34,993	x	320,061
4	1993 March	462,345	x	x	8,958	x	84,012
5	April	511,231	x	x	10,681	x	101,732
6	January-April	1,743,306	x	x	34,061	x	321,157
Percentage change							
7	April 1993/1992	-5.2	x	x	-2.5	x	+0.5
8	January-April 1993/1992	-3.4	x	x	-2.7	x	+0.3
Junior department stores							
9	1992 March	376,177	x	x	17,270	x	72,270
10	April	480,736	x	x	22,831	x	100,598
11	January-April	1,500,758	x	x	67,712	x	298,261
12	1993 March	401,154	x	x	18,296	x	69,959
13	April	491,347	x	x	24,208	x	93,242
14	January-April	1,525,572	x	x	70,958	x	274,484
Percentage change							
15	April 1993/1992	+2.2	x	x	+6.0	x	-7.3
16	January-April 1993/1992	+1.7	x	x	+4.8	x	-8.0
Total, all department stores							
17	1992 March	851,128	10,712	3,246	26,656	18,087	155,126
18	April	1,019,755	14,020	4,185	33,789	22,758	201,817
19	January-April	3,305,596	42,455	12,840	102,705	69,630	618,322
20	1993 March	863,499	11,649	3,190	27,254	18,238	153,971
21	April	1,002,578	14,324	4,256	34,889	22,825	194,974
22	January-April	3,268,877	43,114	12,465	105,018	69,757	595,641
Percentage change							
23	April 1993/1992	-1.7	+2.2	+1.7	+3.3	+0.3	-3.4
24	January-April 1993/1992	-1.1	+1.6	-2.9	+2.3	+0.2	-3.7

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
188,650	20,835	x	64,547	88,819	1992 Mars	1
214,099	23,233	x	70,132	96,697	Avril	2
724,982	78,994	x	238,108	333,044	Janvier-avril	3
186,078	20,380	x	59,293	84,365	1993 Mars	4
203,961	22,291	x	64,510	86,753	Avril	5
696,739	75,173	x	225,886	318,379	Janvier-avril	6
Variation procentuelle						
-4.7	-4.1	x	-8.0	-10.3	Avril 1993/1992	7
-3.9	-4.8	x	-5.1	-4.4	Janvier-avril 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
156,373	15,393	x	35,529	42,018	1992 Mars	9
199,075	19,433	x	41,521	49,390	Avril	10
630,823	61,214	x	134,525	162,083	Janvier-avril	11
174,107	16,917	x	36,739	45,545	1993 Mars	12
209,666	20,422	x	43,511	51,783	Avril	13
665,607	63,069	x	135,247	168,178	Janvier-avril	14
Variation procentuelle						
+ 5.3	+ 5.1	x	+ 4.8	+ 4.8	Avril 1993/1992	15
+ 5.5	+ 3.0	x	+ 0.5	+ 3.8	Janvier-avril 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
345,023	36,228	25,135	100,077	130,838	1992 Mars	17
413,173	42,667	29,606	111,653	146,087	Avril	18
1,355,805	140,208	95,875	372,633	495,127	Janvier-avril	19
360,185	37,297	25,774	96,032	129,910	1993 Mars	20
413,625	42,713	28,413	108,021	138,537	Avril	21
1,362,346	138,242	94,602	361,134	486,558	Janvier-avril	22
Variation procentuelle						
+ 0.1	+ 0.1	-4.0	-3.3	-5.2	Avril 1993/1992	23
+ 0.5	-1.4	-1.3	-3.1	-1.7	Janvier-avril 1993/1992	24

Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 March	26,073	28,851	x	16,636	x
2	April	28,121	31,647	x	19,139	x
3	January-April	96,371	106,898	x	65,211	x
4	1993 March	24,345	26,186	x	16,267	x
5	April	26,266	28,672	x	18,111	x
6	January-April	91,799	100,517	x	61,380	x
Percentage change						
7	April 1993/1992	-6.6	-9.4	x	-5.4	x
8	January-April 1993/1992	-4.7	-6.0	x	-5.9	x
Junior department stores						
9	1992 March	10,479	14,479	x	7,727	x
10	April	12,137	16,916	x	9,970	x
11	January-April	39,723	54,641	x	31,130	x
12	1993 March	10,284	14,836	x	9,259	x
13	April	12,382	17,289	x	11,841	x
14	January-April	38,873	55,002	x	36,717	x
Percentage change						
15	April 1993/1992	+ 2.0	+ 2.2	x	+ 18.8	x
16	January-April 1993/1992	-2.1	+ 0.7	x	+ 17.9	x
Total, all department stores						
17	1992 March	36,552	43,330	13,981	24,363	83,321
18	April	40,257	48,563	17,487	29,109	107,393
19	January-April	136,093	161,539	54,147	96,341	331,697
20	1993 March	34,629	41,021	13,838	25,526	84,353
21	April	38,648	45,961	17,218	29,952	104,733
22	January-April	130,672	155,519	53,134	98,097	323,628
Percentage change						
23	April 1993/1992	-4.0	-5.4	-1.5	+ 2.9	-2.5
24	January-April 1993/1992	-4.0	-3.7	-1.9	+ 1.8	-2.4

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
					Grands magasins traditionnels	
22,183	x	92,716	57,027	x	1992 Mars	1
27,690	x	102,091	61,855	x	Avril	2
87,950	x	356,000	214,776	x	Janvier-avril	3
21,230	x	91,729	53,565	x	1993 Mars	4
24,627	x	98,583	54,841	x	Avril	5
80,243	x	342,497	201,437	x	Janvier-avril	6
					Variation procentuelle	
-11.1	x	-3.4	-11.3	x	Avril 1993/1992	7
-8.8	x	-3.8	-6.2	x	Janvier-avril 1993/1992	8
					Grands magasins populaires	
16,518	x	43,590	13,420	x	1992 Mars	9
21,990	x	53,940	15,547	x	Avril	10
68,021	x	175,514	51,976	x	Janvier-avril	11
17,133	x	48,953	14,753	x	1993 Mars	12
21,331	x	58,092	16,654	x	Avril	13
66,548	x	188,096	54,873	x	Janvier-avril	14
					Variation procentuelle	
-3.0	x	+7.7	+7.1	x	Avril 1993/1992	15
-2.2	x	+7.2	+5.6	x	Janvier-avril 1993/1992	16
					Ensemble des grands magasins	
38,701	21,393	136,306	70,447	32,431	1992 Mars	17
49,680	26,994	156,031	77,401	37,837	Avril	32
155,971	83,357	531,514	266,752	124,661	Janvier-avril	19
38,363	20,744	140,682	68,318	33,031	1993 Mars	20
45,958	25,960	156,675	71,495	37,979	Avril	21
146,792	79,475	530,593	256,310	122,731	Janvier-avril	22
					Variation procentuelle	
-7.5	-3.8	+0.4	-7.6	+0.4	Avril 1993/1992	23
-5.9	-4.7	-0.2	-3.9	-1.5	Janvier-avril 1993/1992	24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992- 1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
			number - nombre				
	Major department stores						
1	1992 March	329	2	1	12	5	56
2	April	329	2	1	12	5	56
3	1993 March	326	2	1	12	5	58
4	April	326	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 March	565	16	5	30	26	111
6	April	565	16	5	30	26	111
7	1993 March	551	16	4	31	24	96
8	April	551	16	4	31	24	96
	Total, all department stores						
9	1992 March	894	18	6	42	31	167
10	April	894	18	6	42	31	167
11	1993 March	877	18	5	43	29	154
12	April	877	18	5	43	29	154

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number — nombre				
	Major department stores					
1	1992 March	14	21	7	15	30
2	April	14	21	7	15	30
3	1993 March	14	21	7	13	32
4	April	14	21	7	13	32
	Junior department stores					
5	1992 March	13	18	10	11	43
6	April	13	18	10	11	43
7	1993 March	13	18	10	13	34
8	April	13	18	10	13	34
	Total, all department stores					
9	1992 March	27	39	17	26	73
10	April	27	39	17	26	73
11	1993 March	27	39	17	26	66
12	April	27	39	17	26	66

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
129	13	12	48	51	1992 Mars	1
129	13	12	48	51	Avril	2
123	13	12	48	52	1993 Mars	3
123	13	12	48	52	Avril	4
					Grands magasins populaires	
224	23	22	48	60	1992 Mars	5
224	23	22	48	60	Avril	6
226	23	23	48	60	1993 Mars	7
226	23	23	48	60	Avril	8
					Ensemble des grands magasins	
353	36	34	96	111	1992 Mars	9
353	36	34	96	111	Avril	10
349	36	35	96	112	1993 Mars	11
349	36	35	96	112	Avril	12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
15	7	53	28	12	1992 Mars	1
15	7	53	28	12	Avril	2
13	8	51	28	12	1992 Mars	3
13	8	51	28	12	Avril	4
					Grands magasins populaires	
23	13	61	17	17	1992 Mars	5
23	13	61	17	17	Avril	6
21	11	61	18	17	1993 Mars	7
21	11	61	18	17	Avril	8
					Ensemble des grands magasins	
38	20	114	45	29	1992 Mars	9
38	20	114	45	29	Avril	10
34	19	112	46	29	1993 Mars	11
34	19	112	46	29	Avril	12

Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1991 to 1993**TABLERAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1991 à 1993**

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

January-April - Janvier-avril

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	31,003	24,860	-19.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	45,186	40,246	-10.9
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	254,574	271,105	+6.1
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	35,138	38,300	+9.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	111,460	112,811	+1.2
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	49,061	45,146	-8.0
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	51,560	51,000	-1.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	69,216	74,579	+7.7
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	35,856	38,888	+8.5
10	Women's hosiery - Bas pour dames	49,007	46,668	-4.8
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	47,223	46,639	-1.2
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	74,074	73,547	-0.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	59,996	55,991	-6.7
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	176,227	175,160	-0.6
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	40,156	36,413	-9.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	36,832	39,782	+8.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	113,770	120,785	+6.2
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	247,253	255,786	+3.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	30,325	28,606	-5.7
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	37,362	35,346	-5.4
21	Linens - Linges de maison	148,144	144,981	-2.1
22	Luggage - Bagages	14,257	13,248	-7.1
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	44,891	43,569	-2.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	41,302	39,493	-4.4
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	44,165	40,056	-9.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	28,846	28,897	+0.2
27	Furniture - Meubles	158,040	148,567	-6.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	128,814	121,186	-5.9
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope,	146,213	156,886	+7.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	138,877	137,235	-1.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	97,646	89,026	-8.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	21,835	19,188	-12.1
33	Jewellery - Bijouterie	55,716	56,702	+1.8
34	Toys and games - Jouets et jeux	67,212	64,418	-4.2
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	85,175	87,934	+3.2
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	94,415	88,099	-6.7
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	43,387	40,589	-6.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	71,831	66,040	-8.1
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation	87,113	81,457	-6.5
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	192,439	189,650	-1.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	3,305,596	3,268,877	-1.1

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993

		Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
Department		March	April	March	April	Apr. 1993/ March 1993	April 1993/1992
Rayon		Mars	Avril	Mars	Avril	Avril 1993/ mars 1993	Avril 1993/1992
No.		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	53,387	58,041	42,441	49,339	+ 16.3	-15.0
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	54,516	43,589	44,216	32,401	-26.7	-25.7
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	392,345	443,793	410,054	445,558	+ 8.7	+ 0.4
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	38,149	43,184	37,740	40,376	+ 7.0	-6.5
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	159,477	158,369	161,655	161,724	--	+ 2.1
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	81,922	79,336	80,121	80,860	+ 0.9	+ 1.9
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	75,340	80,757	74,447	80,123	+ 7.6	-0.8
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	103,001	108,612	111,065	115,041	+ 3.6	+ 5.9
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	84,662	101,475	91,736	97,369	+ 6.1	-4.0
10	Women's hosiery - Bas pour dames	73,754	73,864	74,941	76,182	+ 1.7	+ 3.1
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	90,131	92,495	79,945	81,498	+ 1.9	-11.9
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	147,129	148,803	131,971	135,449	+ 2.6	-9.0
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	109,696	110,353	99,183	98,977	-0.2	-10.3
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	325,221	336,600	306,071	334,248	+ 9.2	-0.7
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	61,879	58,951	53,899	51,805	-3.9	-12.1
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	74,823	79,731	73,775	74,839	+ 1.4	-6.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	79,427	51,712	81,394	56,125	-31.0	+ 8.5
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	366,347	369,314	371,593	380,745	+ 2.5	+ 3.1
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	54,037	53,743	52,140	51,366	-1.5	-4.4
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	83,018	86,094	74,540	76,014	+ 2.0	-11.7
21	Linens - Linges de maison	273,931	278,331	267,599	275,116	+ 2.8	-1.2
22	Luggage - Bagages	33,361	34,557	30,616	31,853	+ 4.0	-7.8
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	138,018	141,437	134,020	136,866	+ 2.1	-3.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	79,704	80,179	65,636	66,975	+ 2.0	-16.5
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	77,712	77,245	73,964	72,564	-1.9	-6.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	60,549	62,952	55,753	57,192	+ 2.6	-9.2
27	Furniture - Meubles	188,938	200,495	158,539	160,792	+ 1.4	-19.8
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	97,650	100,432	87,166	90,137	+ 3.4	-10.3
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc)	262,009	265,527	267,691	274,383	+ 2.5	+ 3.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	235,012	242,288	225,984	233,206	+ 3.2	-3.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	203,941	216,958	204,747	215,305	+ 5.2	-0.8
32	Plumbing, heating and buildings materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	55,135	55,915	51,329	51,701	+ 0.7	-7.5
33	Jewellery - Bijouterie	185,825	190,550	187,479	191,702	+ 2.3	+ 0.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	158,885	160,196	170,223	168,899	-0.8	+ 5.4
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	200,533	216,499	220,720	226,494	+ 2.6	+ 4.6
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	161,712	166,014	166,839	166,713	-0.1	+ 0.4
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	71,072	71,445	72,788	72,382	-0.6	+ 1.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	2,056
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	141,117	143,971	159,461	164,436	+ 3.1	+ 14.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	5,135,421	5,283,806	5,053,479	5,176,756	+ 2.4	-2.0

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992- 1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		March	April	March	April
		Mars	Avril	Mars	Avril
1	Women's and misses' dresses and uniforms	6.46	4.78	6.15	4.96
2	Women's and misses' coats and suits	4.10	3.23	3.56	2.48
3	Women's and misses' casual wear	5.59	5.23	5.44	4.81
4	Nursery equipment	4.14	4.64	3.62	4.03
5	Infants' and children's wear	5.28	4.31	5.10	4.31
6	Girls' wear	5.79	4.47	5.91	4.97
7	Lingerie and women's sleepwear	5.90	5.56	5.89	5.25
8	Intimate apparel	5.61	5.85	5.54	5.30
9	Athletic footwear	8.30	7.06	8.12	6.26
10	Women's hosiery	5.59	5.07	6.30	5.32
11	Women's accessories	7.78	6.36	7.18	5.45
12	Women's, misses', girls and children's footwear	7.25	5.61	6.41	5.13
13	Men's coats, suits and dress pants	6.43	6.07	6.29	5.64
14	Men's casual wear and furnishings	6.74	6.22	6.51	6.04
15	Boys' clothing and furnishings	5.42	4.11	5.09	3.87
16	Men's and boys' footwear	7.88	6.23	6.48	5.67
17	Food and kindred products	3.31	1.09	2.84	1.32
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.57	5.62	5.53	5.46
19	Photographic equipment and supplies	6.98	6.84	7.12	7.31
20	Sewing supplies, notions and piece goods	8.57	9.26	8.04	8.63
21	Linens	7.78	7.45	7.40	7.18
22	Luggage	8.35	9.30	8.67	9.38
23	China, crystal, glassware and silverware	12.87	10.64	12.54	10.58
24	Floor coverings	7.25	6.29	6.32	5.85
25	Draperies and furniture coverings	6.68	5.64	7.08	5.87
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.39	7.80	7.41	7.80
27	Furniture	4.62	4.03	4.06	3.59
28	Major appliances	2.85	2.69	2.74	2.76
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	7.19	6.59	6.09	7.24
30	Housewares and small electrical appliances	6.92	7.10	6.38	6.43
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.97	6.38	8.95	7.12
32	Plumbing, heating and building materials	10.49	9.19	10.86	9.95
33	Jewellery	13.06	10.84	12.38	10.89
34	Toys and games	9.67	6.43	9.76	7.53
35	Sports equipment and athletic apparel	9.96	5.94	10.54	6.00
36	Stationery, books and office equipment	7.67	6.35	8.05	7.17
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	6.63	5.75	7.38	6.11
38	Meals and lunches	0.11
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	2.94	2.45	3.28	2.74
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	6.03	5.18	5.85	5.16

TABLERAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
March Mars	April Avril	March Mars	April Avril		
0.16	0.22	0.18	0.22	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.23	0.28	0.29	0.34	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.19	0.20	0.20	0.22	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.24	0.23	0.29	0.26	Articles de chambres d'enfants	4
0.20	0.23	0.21	0.23	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.19	0.22	0.18	0.20	Vêtements de fillettes	6
0.18	0.19	0.18	0.20	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.17	0.18	0.18	0.19	Sous-vêtements	8
0.13	0.15	0.14	0.16	Chaussures athlétiques	9
0.17	0.20	0.16	0.19	Bas pour dames	10
0.14	0.16	0.14	0.19	Articles de parure pour dames	11
0.15	0.18	0.17	0.20	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.16	0.17	0.17	0.18	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.16	0.16	0.17	0.17	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.20	0.24	0.21	0.25	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.13	0.17	0.17	0.18	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.37	0.72	0.36	0.62	Produits alimentaires et connexes	17
0.18	0.18	0.18	0.19	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.14	0.15	0.14	0.14	Appareils et fournitures photographiques	19
0.12	0.11	0.13	0.12	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.13	0.14	0.14	0.14	Linges de maison	21
0.12	0.11	0.11	0.11	Bagages	22
0.08	0.10	0.08	0.10	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.14	0.16	0.16	0.17	Revêtements de plancher	24
0.15	0.18	0.15	0.17	Tentures et housses	25
0.12	0.13	0.14	0.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.22	0.26	0.25	0.28	Meubles	27
0.35	0.38	0.37	0.37	Gros appareils ménagers	28
0.14	0.15	0.17	0.14	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.15	0.14	0.16	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.13	0.16	0.12	0.14	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.10	0.11	0.09	0.10	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.08	0.09	0.08	0.09	Bijouterie	33
0.11	0.16	0.11	0.13	Jouets et jeux	34
0.11	0.17	0.10	0.17	Equipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.13	0.16	0.13	0.14	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.15	0.17	0.14	0.16	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation	39
0.37	0.41	0.33	0.37	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.17	0.20	0.18	0.20	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993**TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993**

Period Période	Unadjusted change Non désaisonnalisés	Year/year per cent Variation en pourcentage année/année	Seasonally adjusted change Désaison- né	Month/month per cent Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+3.2	4,833,184	+2.2
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,800,535	+0.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,809,863	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,881,953	+1.5
August - Août	4,934,391	+6.0	4,960,839	+1.6
September - Septembre	5,322,391	+4.6	5,011,295	+1.0
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,003,808	+0.1
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+3.6
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,863,053	+1.8
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,935,682	+1.5
May - Mai	5,033,509	+4.7	4,994,546	+1.2
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,066,083	+1.4
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,121,160	+1.8
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,153,243	+0.6
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,159,330	+0.1
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,186,021	+0.5
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,253,267	+1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,319,911	+0.3
February - Février	4,771,534	+10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,207,643	+2.0
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,201,869	+0.7
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,100,464	+1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,108,570	+0.2
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,062,934	-0.9
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable,¹ Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993**TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993**

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	+1.7
March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.5	-0.5
April - Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+1.9	+2.3
May - Mai	3,008,348	2,351,267			
June - Juin	3,090,219	2,368,098			
July - Juillet	3,142,018	2,280,713			
August - Août	2,867,844	2,319,434			
September - Septembre	3,012,999	2,333,357			
October - Octobre	3,181,246	2,377,907			
November - Novembre	3,218,605	2,444,593			
December - Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+2.5	-4.3
February - Février	2,791.0	2,493.0	2,477.0	-2.2	-1.6
March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,455.0	-0.9	+0.3
April - Avril	3,058.0	2,411.0	2,470.0	+0.6	+2.4
May - Mai	3,104.0	2,418.0			
June - Juin	3,132.0	2,400.0			
July - Juillet	3,261.0	2,367.0			
August - Août	2,993.0	2,406.0			
September - Septembre	3,024.0	2,343.0			
October - Octobre	3,120.0	2,334.0			
November - Novembre	3,004.0	2,281.0			
December - Décembre	2,536.0	2,470.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Du à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

TEXT TABLE I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1993 – April 1993

TABLEAU EXPLICATIF I.

Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1993 – Avril 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	98.8	88.9	99.8
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	88.9	99.8
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	...	77.8	99.8
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales by Region , Advance Release, <i>Monthly, Bilingual</i> .	Ventes des grands magasins par région , rapport provisoire, <i>mensuel, bilingue</i> .	63-004
Retail Trade , <i>Monthly, Bilingual</i> .	Commerce de détail , <i>mensuel, bilingue</i> .	63-005
New Motor Vehicle Sales , <i>Monthly, Bilingual</i> .	Ventes de véhicules automobiles neufs , <i>mensuel, bilingue</i> .	63-007
Retail Chain and Department stores , <i>Annual, Bilingual</i> .	Magasins de détail à succursales et les grands magasins , <i>annuel, bilingue</i> .	63-210
Vending Machine Operators , <i>Annual, Bilingual</i> .	Exploitants de distributeurs automatiques , <i>annuel, bilingue</i> .	63-213
Direct Selling in Canada , <i>Annual, Bilingual</i> .	La vente directe au Canada , <i>annuel, bilingue</i> .	63-218
Campus Bookstores , <i>Annual, Bilingual</i> .	Librairies de campus , <i>annuel, bilingue</i> .	63-219
Annual Retail Trade , <i>Annual, Bilingual</i> .	Commerce de détail , <i>annuel, bilingue</i> .	63-223
Retail Commodity Survey , <i>Occasional, Bilingual</i> .	Enquête sur les marchandises vendues au détail , <i>hors série, bilingue</i> .	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



METHOD OF PAYMENT:



VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature _____

Expiry Date	
-------------	--

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada – Publications.

 Bill me later (Pre-payment required for all publications except subscriptions. Maximum credit \$500.)

 Purchase Order Number
(Please enclose)

Authorized Signature _____

Please ensure that **all information** is completed.

PF 093022

Canada

BON DE COMMANDE

Statistique Canada



Division de la
commercialisation
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)


☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Signature _____ Date d'expiration _____

☐ Paiement inclus _____ \$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

 **Envoyez-moi la facture plus tard** (Un acompte est exigé pour toutes les publications commandées, sauf pour les abonnements. Un crédit maximum de 500 \$.)

N° du bon de commande
(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093022

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1992

The fastest way to get off to a good start !

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The **Market Research Handbook 1992** can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

Looking for...

... socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

... revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The **Market Research Handbook 1992** has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook 1992** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook 1992** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1992

Pour partir du bon pied !

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil statistique des études de marché 1992** peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

Vous cherchez...

... des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

... des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le **Recueil** contient tout cela... et plus encore :

- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le **Recueil statistique des études de marché 1992** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7 % en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.



PICK A TOPIC ... ANY TOPIC

The 1993 *Statistics Canada Catalogue* is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the *Catalogue* will point you in the right direction.

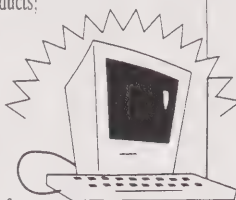
From the most popular topics of the day - like employment, income, trade, and education - to specific research studies - like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas - you'll find it all here.

... the 1993
Statistics Canada Catalogue
will help you get your bearings ...

The *Catalogue* puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title - even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The *Catalogue* has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 200 new titles, plus succinct abstracts of the over 900 titles and 7 map series already produced;
- newly released 1991 Census products;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;
- tabs to each section - so you can immediately flip to the information you need.



... time and
time again

To make sure that the *Catalogue* stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today -
you'll be lost
without it.



CHOISISSEZ UN SUJET ... N'IMPORTE LEQUEL

Le *Catalogue de Statistique Canada 1993* est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le *Catalogue* vous mettra sur la bonne piste.

Des sujets actuels les plus populaires - comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation - à des études de recherche spécialisées - comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines - vous trouverez tout dans ce document.

... le *Catalogue de Statistique Canada 1993*
vous aidera à
vous orienter ...

Le *Catalogue* vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre - les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le *Catalogue* a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

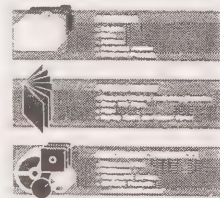
- descriptions de plus de 200 nouveaux titres et courts résumés des 900 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- produits du Recensement de 1991 récemment publié;
- un guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour les produits électroniques et les recherches en direct;
- système d'onglets pour chaque section - pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

... maintes
et maintes fois

Pour garantir que le *Catalogue* puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui - vous ne pourrez plus vous passer de lui.

Statistics Canada
Catalogue
1993



1993 STATISTICS CANADA
CATALOGUE

Only \$13.95 in Canada (US\$17 in the U.S. and US\$20 in other countries).
Quote Cat. no. 11-204E.

Write to: Publication Sales,
Statistics Canada,
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Fax: (613) 951-1584
Call toll-free: 1-800-267-6677
Or contact the nearest Statistics
Canada Reference Centre listed in
this publication.



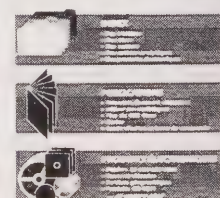
CATALOGUE DE STATISTIQUE
CANADA 1993

Seulement 13,95 \$ au Canada (17 \$ US aux
Etats-Unis et 20 \$ US dans les autres pays).
Indiquez le n° de catalogue: 11-204F.

Ecrivez à : Vente des publications,
Statistique Canada,
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-1584
Appels sans frais : 1-800-267-6677
Ou contactez le Centre régional de
consultation de Statistique Canada le
plus proche (voir la liste figurant dans
la présente publication).

Catalogue de
Statistique Canada
1993



Canada

Catalogue 63-002 Monthly

Catalogue 63-002 Mensuel

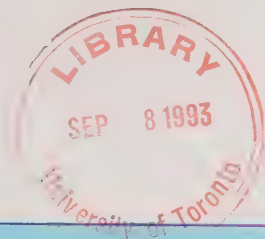
Government
Publications

Department store sales and stocks

May 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1993



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on-line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656)
or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

**Toll Free Order Only Line (Canada
and United States)** 1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour
les malentendants** 1-800-363-7629

**Numéro sans frais pour commander
seulement (Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

Comment commander les publications

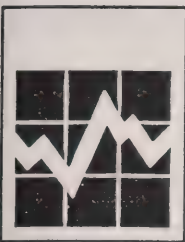
On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

May 1993



Years of *Ans*
Excellence *d'excellence*

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1993

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

August 1993

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1993

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Août 1993

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année

États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année

Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

Table des matières

	Page		Page
Highlights	5	Points saillants	5
Table		Tableau	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993	7	1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993	7
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	8	2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	8
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	10	3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	10
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	12	4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	12
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12	5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	15	6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	15
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	16	7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	16
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	17	8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	17
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	18	9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	18
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	20	10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	20
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	21	11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	21

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Appendix	
I. Scope of the Survey	23
Data Quality and Methodology	24
Explanatory Notes	24
II. List of Department Store Organisations	26
Text Table	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	27
For further reading	28

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Appendice	
I. Champ de l'enquête	23
Qualités des données et méthodologie	24
Notes explicatives	24
II. Liste des organisations des grands magasins	26
Tableau explicatif	
I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
Lectures suggérées	28

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,080 million in May 1993, an increase of 0.3% from the previous month's total (revised) of \$1,077 million.
- Although sales levels in the last year have fluctuated from month to month, the trend in sales continues to show little growth.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,068 million at the end of May, an increase of 0.1% from the April 1993 value (revised) of \$5,061 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour mai 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé 1 080 millions \$, une augmentation de 0,3 % par rapport à l'estimation révisée d'avril (1 077 millions \$).
- Même si les niveaux des ventes ont fluctué d'un mois à l'autre l'année dernière, la tendance continue à démontrer une légère croissance.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une augmentation de 0,1 % par rapport au mois précédent (5 061 millions \$, chiffres révisés) et s'élevait à la fin de mai 1993 à 5 068 millions \$.

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993**TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désézonnalisées par rayon, Canada, 1992-1993**

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change 1993 Variation
		April	May	April	May	May 1993/1992
		Avril	Mai	Avril	Mai	Mai 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	12,141	12,856	9,944	12,191	-5.2
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	13,513	6,701	13,039	6,933	+ 3.5
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	84,823	112,595	92,669	112,326	-0.2
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	9,304	8,794	10,018	9,577	+ 8.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	36,786	33,330	37,566	33,840	+ 1.5
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	17,748	14,733	16,278	15,476	+5.0
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	14,531	16,134	15,254	16,442	+ 1.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	18,578	19,568	21,704	22,505	+ 15.0
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	14,380	12,851	15,543	14,026	+ 9.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	14,578	13,778	14,307	13,484	-2.1
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	14,539	16,815	14,959	16,313	-3.0
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	26,545	28,187	26,412	28,109	-0.3
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	18,186	15,711	17,548	15,236	-3.0
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	54,150	61,716	55,303	62,343	+ 1.0
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	14,345	13,026	13,386	12,938	-0.7
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	12,793	12,539	13,188	13,062	+ 4.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	47,453	21,440	42,681	22,812	+ 6.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	65,695	66,778	69,777	70,227	+ 5.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	7,855	8,037	7,026	7,757	-3.5
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	9,296	8,695	8,812	8,727	+ 0.4
21	Linens - Linges de maison	37,381	38,962	38,340	40,383	+ 3.6
22	Luggage - Bagages	3,714	4,005	3,397	3,792	-5.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	13,287	14,202	12,937	13,726	-3.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	12,751	11,773	11,452	10,692	-9.2
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	13,703	14,089	12,358	12,200	-13.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	8,068	7,678	7,334	7,406	-3.5
27	Furniture - Meubles	49,760	54,733	44,785	50,131	-8.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	37,366	38,545	32,604	34,003	-11.8
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc)	40,316	34,573	37,920	32,080	-7.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	34,105	34,947	36,250	33,864	-3.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	33,995	48,881	30,256	47,221	-3.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	6,086	7,183	5,198	5,821	-19.0
33	Jewellery - Bijouterie	17,577	19,704	17,603	20,471	+ 3.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	24,915	18,409	22,433	16,283	-11.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	36,428	38,931	37,767	35,844	-7.9
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	26,134	24,057	23,250	21,716	-9.7
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	12,421	12,468	11,854	11,660	-6.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	18,976	18,005	17,220	16,821	-6.6
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	26,783	30,128	24,295	28,282	-6.1
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	58,747	79,939	59,906	82,629	+ 3.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,019,755	1,055,497	1,002,578	1,039,352	-1.5

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars - milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1992 April	539,019	x	x	10,958	x	101,219
2	May	572,628	x	x	11,156	x	109,227
3	January-May	2,377,466	x	x	46,149	x	429,288
4	1993 April	511,231	x	x	10,681	x	101,732
5	May	541,898	x	x	11,014	x	109,810
6	January-May	2,285,205	x	x	45,075	x	430,967
	Percentage change						
7	May 1993/1992	-5.4	x	x	-1.3	x	+0.5
8	January-May 1993/1992	-3.9	x	x	-2.3	x	+0.4
	Junior department stores						
9	1992 April	480,736	x	x	22,831	x	100,598
10	May	482,869	x	x	22,003	x	99,052
11	January-May	1,983,627	x	x	89,716	x	397,313
12	1993 April	491,347	x	x	24,208	x	93,242
13	May	497,453	x	x	22,358	x	94,631
14	January-May	2,023,025	x	x	93,316	x	369,114
	Percentage change						
15	May 1993/1992	+3.0	x	x	+1.6	x	-4.5
16	January-May 1993/1992	+2.0	x	x	+4.0	x	-7.1
	Total, all department stores						
17	1992 April	1,019,755	14,020	4,185	33,789	22,758	201,817
18	May	1,055,497	12,893	4,033	33,159	22,336	208,278
19	January-May	4,361,093	55,348	16,873	135,864	91,967	826,601
20	1993 April	1,002,578	14,324	4,256	34,889	22,825	194,974
21	May	1,039,352	13,402	4,010	33,372	22,212	204,441
22	January-May	4,308,229	56,517	16,475	138,390	91,969	800,082
	Percentage change						
23	May 1993/1992	-1.5	+3.9	-0.6	+0.6	-0.6	-1.8
24	January-May 1993/1992	-1.2	+2.1	-2.4	+1.9	--	-3.2

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
214,099	23,233	x	70,132	96,697	1992 Avril	1
233,627	24,615	x	71,579	99,494	Mai	2
958,608	103,609	x	309,687	432,538	Janvier-mai	3
203,961	22,291	x	64,510	86,753	1993 Avril	4
213,799	22,727	x	68,081	94,419	Mai	5
910,539	97,900	x	293,967	412,798	Janvier-Mai	6
Variation procentuelle						
-8.5	-7.7	x	-4.9	-5.1	Mai 1993/1992	7
-5.0	-5.5	x	-5.1	-4.6	Janvier-mai 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
199,075	19,433	x	41,521	49,390	1992 Avril	9
203,468	20,361	x	41,298	51,173	Mai	10
834,292	81,575	x	175,823	213,256	Janvier-mai	11
209,666	20,422	x	43,511	51,783	1993 Avril	12
211,519	20,535	x	45,447	56,275	Mai	13
877,126	83,605	x	180,694	224,453	Janvier-mai	14
Variation procentuelle						
+4.0	+0.9	x	+10.0	+10.0	Mai 1993/1992	15
+5.1	+2.5	x	+2.8	+5.3	Janvier-mai 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
413,173	42,667	29,606	111,653	146,087	1992 Avril	17
437,095	44,976	29,182	112,877	150,667	Mai	18
1,792,900	185,184	125,053	485,510	645,794	Janvier-mai	19
413,627	42,713	28,413	108,021	138,537	1993 Avril	20
425,318	43,262	29,112	113,528	150,694	Mai	21
1,787,665	181,505	123,714	474,661	637,251	Janvier-mai	22
Variation procentuelle						
-2.7	-3.8	-0.2	+0.6	--	Mai 1993/1992	23
-0.3	-2.0	-1.1	-2.2	-1.3	Janvier-mai 1993/1992	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 April	28,121	31,647	x	19,139	x
2	May	28,838	31,865	x	23,970	x
3	January-May	125,208	138,762	x	89,180	x
4	1993 April	26,266	28,672	x	18,111	x
5	May	28,036	29,972	x	17,817	x
6	January-May	119,835	130,489	x	79,197	x
Percentage change						
7	May 1993/1992	-2.8	-5.9	x	-25.7	x
8	January-May 1993/1992	-4.3	-6.0	x	-11.2	x
Junior department stores						
9	1992 April	12,137	16,916	x	9,970	x
10	May	12,200	16,789	x	9,851	x
11	January-May	51,923	71,430	x	40,981	x
12	1993 April	12,382	17,289	x	11,841	x
13	May	13,217	18,460	x	11,692	x
14	January-May	52,089	73,462	x	48,410	x
Percentage change						
15	May 1993/1992	+ 8.3	+ 10.0	x	+ 18.7	x
16	January-May 1993/1992	+ 0.3	+ 2.8	x	+ 18.1	x
Total, all department stores						
17	1992 April	40,257	48,563	17,487	29,109	107,393
18	May	41,038	48,654	16,943	33,821	110,843
19	January-May	177,131	210,193	71,090	130,161	442,540
20	1993 April	38,648	45,961	17,218	29,952	104,733
21	May	41,253	48,432	16,791	29,510	110,514
22	January-May	171,925	203,951	69,925	127,607	434,143
Percentage change						
23	May 1993/1992	+ 0.5	-0.5	-0.9	-12.7	-0.3
24	January-May 1993/1992	-2.9	-3.0	-1.6	-2.0	-1.9

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
27,690	x	102,091	61,855	x	1992 Avril	1
30,105	x	109,766	63,890	x	Mai	2
118,055	x	465,766	278,667	x	Janvier-mai	3
24,627	x	98,583	54,841	x	1993 Avril	4
26,359	x	105,120	60,028	x	Mai	5
106,603	x	447,617	261,465	x	Janvier-mai	6
Variation procentuelle						
-12.4	x	-4.2	-6.0	x	Mai 1993/1992	7
-9.7	x	-3.9	-6.2	x	Janvier-mai 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
21,990	x	53,940	15,547	x	1992 Avril	9
22,081	x	56,342	16,803	x	Mai	10
90,102	x	231,856	68,778	x	Janvier-mai	11
21,331	x	58,092	16,654	x	1993 Avril	12
22,267	x	58,773	18,483	x	Mai	13
88,815	x	246,870	73,356	x	Janvier-mai	14
Variation procentuelle						
+0.8	x	+4.3	+10.0	x	Mai 1993/1992	15
-1.4	x	+6.5	+6.7	x	Janvier-mai 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
49,680	26,994	156,031	77,401	37,837	1992 Avril	17
52,186	28,364	166,108	80,693	40,023	Mai	32
208,157	111,721	697,622	347,445	164,683	Janvier-mai	19
45,958	25,960	156,675	71,495	37,979	1993 Avril	20
48,626	28,022	163,893	78,511	38,440	Mai	21
195,417	107,498	694,487	334,820	161,171	Janvier-mai	22
Variation procentuelle						
-6.8	-1.2	-1.3	-2.7	-4.0	Mai 1993/1992	23
-6.1	-3.8	-0.4	-3.6	-2.1	Janvier-mai 1993/1992	24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992- 1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		number - nombre					
	Major department stores						
1	1992 April	329	2	1	12	5	56
2	May	329	2	1	12	5	56
3	1993 April	326	2	1	12	5	58
4	May	322	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 April	565	16	5	30	26	111
6	May	567	16	5	31	26	111
7	1993 April	551	16	4	31	24	96
8	May	552	16	4	31	25	96
	Total, all department stores						
9	1992 April	894	18	6	42	31	167
10	May	896	18	6	43	31	167
11	1993 April	877	18	5	43	29	154
12	May	874	18	5	43	30	154

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 April	14	21	7	15	30
2	May	14	21	7	15	30
3	1993 April	14	21	7	13	32
4	May	14	20	7	12	32
	Junior department stores					
5	1992 April	13	18	10	11	43
6	May	13	18	10	11	43
7	1993 April	13	18	10	13	34
8	May	13	18	10	13	34
	Total, all department stores					
9	1992 April	27	39	17	26	73
10	May	27	39	17	26	73
11	1993 April	27	39	17	26	66
12	May	27	38	17	25	66

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
129	13	12	48	51	1992 Avril	1
129	13	12	48	51	Mai	2
123	13	12	48	52	1993 Avril	3
120	13	12	47	52	Mai	4
					Grands magasins populaires	
224	23	22	48	60	1992 Avril	5
224	23	22	48	61	Mai	6
226	23	23	48	60	1993 Avril	7
226	23	23	48	60	Mai	8
					Ensemble des grands magasins	
353	36	34	96	111	1992 Avril	9
353	36	34	96	112	Mai	10
349	36	35	96	112	1993 Avril	11
346	36	35	95	112	Mai	12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
15	7	53	28	12	1992 Avril	1
15	7	53	28	12	Mai	2
13	8	51	28	12	1993 Avril	3
12	8	51	28	12	Mai	4
					Grands magasins populaires	
23	13	61	17	17	1992 Avril	5
23	13	61	18	17	Mai	6
21	11	61	18	17	1993 Avril	7
21	11	61	18	17	Mai	8
					Ensemble des grands magasins	
38	20	114	45	29	1992 Avril	9
38	20	114	46	29	Mai	10
34	19	112	46	29	1993 Avril	11
33	19	112	46	29	Mai	12

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1991 to 1993**TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1991 à 1993**

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai	1,039,352	100.0	541,893	52.1	497,453	47.9
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

January-May - Janvier-mai

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	43,858	37,051	-15.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	51,887	47,179	-9.1
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	367,169	383,431	+4.4
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	43,932	47,877	+9.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	144,790	146,652	+1.3
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	63,794	60,622	-5.0
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	67,694	67,442	-0.4
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	88,784	97,084	+9.3
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	48,707	52,915	+8.6
10	Women's hosiery - Bas pour dames	62,784	60,152	-4.2
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	64,037	62,952	-1.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	102,261	101,656	-0.6
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	75,707	71,227	-5.9
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	237,943	237,503	-0.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	53,182	49,350	-7.2
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	49,371	52,844	+7.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	135,209	143,597	+6.2
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	314,031	326,014	+3.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	38,361	36,362	-5.2
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	46,057	44,073	-4.3
21	Linens - Linges de maison	187,106	185,364	-0.9
22	Luggages - Bagages	18,262	17,040	-6.7
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	59,093	57,296	-3.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	53,075	50,185	-5.4
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	58,254	52,256	-10.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	36,525	36,303	-0.6
27	Furniture - Meubles	212,772	198,698	-6.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	167,359	155,189	-7.3
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope,	180,786	188,965	+4.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	173,824	171,100	-1.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	146,527	136,246	-7.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	29,012	25,009	-13.8
33	Jewellery - Bijouterie	75,419	77,173	+2.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	85,621	80,701	-5.7
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	124,106	123,778	-0.3
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	118,472	109,815	-7.3
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	55,855	52,249	-6.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	89,837	82,861	-7.8
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation	117,241	109,738	-6.4
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	272,378	272,279	--
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	4,361,093	4,308,229	-1.2

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993**TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993**

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		April	May	April	May	May 1993/ April 1993	May 1993/1992
		Avril	Mai	Avril	Mai	Mai 1993/ avril 1993	Mai 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	58,041	50,801	49,339	45,410	-8.0	-10.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	43,589	35,065	32,401	26,118	-19.4	-25.5
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	443,793	424,104	445,558	413,103	-7.3	-2.6
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	43,184	44,243	40,376	40,941	+1.4	-7.5
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	158,369	141,965	161,724	145,254	-10.2	+2.3
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	79,336	71,817	80,860	71,090	-12.1	-1.0
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	80,757	78,281	80,123	75,020	-6.4	-4.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	108,612	108,543	115,041	114,297	-0.6	+5.3
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	101,475	98,909	97,369	94,707	-2.7	-4.2
10	Women's hosiery - Bas pour dames	73,864	69,723	76,182	75,323	-1.1	+8.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	92,495	84,934	81,498	77,999	-4.3	-8.2
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	148,803	139,017	135,449	127,890	-5.6	-8.0
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	110,353	106,080	98,977	97,771	-1.2	-7.8
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	336,600	347,548	334,248	362,121	+8.3	+4.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	58,951	53,517	51,805	49,034	-5.3	-8.4
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	79,731	74,349	74,839	73,828	-1.4	-0.7
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	51,712	52,108	56,125	55,444	-1.2	+6.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	369,314	361,984	380,745	382,844	+0.6	+5.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	53,743	53,332	51,366	51,988	+1.2	-2.5
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	86,094	86,061	76,014	76,651	+0.8	-10.9
21	Linens - Linges de maison	278,331	277,677	275,116	279,388	+1.6	+0.6
22	Luggage - Bagages	34,557	35,709	31,853	32,592	+2.3	-8.7
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	141,437	137,295	136,866	136,900	--	-0.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	80,179	78,040	66,975	66,375	-0.9	-14.9
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	77,245	75,587	72,564	72,720	+0.2	-3.8
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	62,952	63,813	57,192	59,601	+4.2	-6.6
27	Furniture - Meubles	200,495	198,076	160,792	158,199	-1.6	-20.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	100,432	99,282	90,137	89,121	-1.1	-10.2
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc)	265,527	269,648	274,383	278,290	+1.4	+3.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	242,288	238,539	233,206	237,658	+1.9	-0.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	216,958	223,725	215,305	211,043	-2.0	-5.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	55,915	55,969	51,701	51,584	-0.2	-7.8
33	Jewellery - Bijouterie	190,550	190,544	191,702	189,452	-1.2	-0.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	160,196	163,162	168,899	170,801	+1.1	+4.7
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	216,499	214,531	226,494	221,803	-2.1	+3.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	166,014	169,713	166,713	171,655	+3.0	+1.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	71,445	68,876	72,382	77,648	+3.1	+8.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	143,971	164,495	164,436	117,964	-28.3	-28.3
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	5,283,806	5,207,063	5,176,756	5,076,626	-1.9	-2.5

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992- 1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		April	May	April	May
		Avril	Mai	Avril	Mai
1	Women's and misses' dresses and uniforms	4.78	3.95	4.96	3.72
2	Women's and misses' coats and suits	3.23	5.23	2.48	3.77
3	Women's and misses' casual wear	5.23	3.77	4.81	3.68
4	Nursery equipment	4.64	5.03	4.03	4.27
5	Infants' and children's wear	4.31	4.26	4.31	4.29
6	Girls' wear	4.47	4.87	4.97	4.59
7	Lingerie and women's sleepwear	5.56	4.85	5.25	4.56
8	Intimate apparel	5.85	5.55	5.30	5.08
9	Athletic footwear	7.06	7.70	6.26	6.75
10	Women's hosiery	5.07	5.06	5.32	5.59
11	Women's accessories	6.36	5.05	5.45	4.78
12	Women's, misses', girls and children's footwear	5.61	4.93	5.13	4.55
13	Men's coats, suits and dress pants	6.07	6.75	5.64	6.42
14	Men's casual wear and furnishings	6.22	5.63	6.04	5.81
15	Boys' clothing and furnishings	4.11	4.11	3.87	3.79
16	Men's and boys' footwear	6.23	5.93	5.67	5.65
17	Food and kindred products	1.09	2.43	1.32	2.43
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.62	5.42	5.46	5.45
19	Photographic equipment and supplies	6.84	6.64	7.31	6.70
20	Sewing supplies, notions and piece goods	9.26	9.90	8.63	8.78
21	Linens	7.45	7.13	7.18	6.92
22	Luggage	9.30	8.92	9.38	8.60
23	China, crystal, glassware and silverware	10.64	9.67	10.58	9.97
24	Floor coverings	6.29	6.63	5.85	6.21
25	Draperies and furniture coverings	5.64	5.36	5.87	5.96
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.80	8.31	7.80	8.05
27	Furniture	4.03	3.62	3.59	3.16
28	Major appliances	2.69	2.58	2.76	2.62
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	6.59	7.80	7.24	8.68
30	Housewares and small electrical appliances	7.10	6.83	6.43	7.02
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.38	4.58	7.12	4.47
32	Plumbing, heating and building materials	9.19	7.79	9.95	8.86
33	Jewellery	10.84	9.67	10.89	9.25
34	Toys and games	6.43	8.86	7.53	10.49
35	Sports equipment and athletic apparel	5.94	5.51	6.00	6.19
36	Stationery, books and office equipment	6.35	7.05	7.17	7.90
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	5.75	5.52	6.11	6.40
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	2.45	2.06	2.74	1.43
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	5.18	4.93	5.16	4.88

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
April Avril	May Mai	April Avril	May Mai		
0.22	0.24	0.22	0.26	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.28	0.17	0.34	0.24	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.20	0.26	0.22	0.26	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.23	0.20	0.26	0.24	Articles de chambres d'enfants	4
0.23	0.22	0.23	0.22	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.22	0.19	0.20	0.20	Vêtements de fillettes	6
0.19	0.20	0.20	0.21	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.18	0.18	0.19	0.20	Sous-vêtements	8
0.15	0.13	0.16	0.15	Chaussures athlétiques	9
0.20	0.19	0.19	0.18	Bas pour dames	10
0.16	0.19	0.19	0.20	Articles de parure pour dames	11
0.18	0.20	0.20	0.21	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.17	0.15	0.18	0.15	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.16	0.18	0.17	0.18	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.24	0.23	0.25	0.26	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.16	0.18	0.18	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.72	0.41	0.62	0.41	Produits alimentaires et connexes	17
0.18	0.18	0.19	0.18	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.15	0.15	0.14	0.15	Appareils et fournitures photographiques	19
0.11	0.10	0.12	0.11	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.14	0.14	0.14	0.15	Linges de maison	21
0.11	0.11	0.11	0.12	Bagages	22
0.10	0.10	0.10	0.10	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.16	0.15	0.17	0.16	Revêtements de plancher	24
0.18	0.18	0.17	0.17	Tentures et housses	25
0.13	0.12	0.13	0.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.26	0.27	0.28	0.31	Meubles	27
0.38	0.39	0.37	0.38	Gros appareils ménagers	28
0.15	0.13	0.14	0.12	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.14	0.15	0.16	0.14	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.16	0.22	0.14	0.22	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.11	0.13	0.10	0.11	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.09	0.10	0.09	0.11	Bijouterie	33
0.16	0.11	0.13	0.10	Jouets et jeux	34
0.17	0.18	0.17	0.16	Equipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.16	0.14	0.14	0.13	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.17	0.18	0.16	0.16	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation	39
0.41	0.52	0.37	0.59	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.20	0.20	0.20	0.20	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993**TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993**

Period Période	Unadjusted change Non désaisonnalisés	Year/year per cent Variation en pourcentage année/année	Seasonally adjusted change Désaison- né	Month/month per cent Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+ 2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+ 3.2	4,833,184	+ 2.2
March - Mars	4,761,241	+ 5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+ 2.3	4,800,535	+ 0.9
May - Mai	4,806,183	+ 2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+ 2.8	4,809,863	+ 0.7
July - Juillet	4,630,744	+ 3.6	4,881,953	+ 1.5
August - Août	4,934,391	+ 6.0	4,960,839	+ 1.6
September - Septembre	5,322,391	+ 4.6	5,011,295	+ 1.0
October - Octobre	5,825,385	+ 3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+ 5.4	5,003,808	+ 0.1
December - Décembre	4,469,159	+ 3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+ 3.6
March - Mars	4,798,359	+ 0.8	4,863,053	+ 1.8
April - Avril	5,053,505	+ 3.3	4,935,682	+ 1.5
May - Mai	5,033,509	+ 4.7	4,994,546	+ 1.2
June - Juin	4,751,518	+ 4.7	5,066,083	+ 1.4
July - Juillet	4,781,942	+ 3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+ 3.4	5,121,160	+ 1.8
September - Septembre	5,483,599	+ 3.0	5,153,243	+ 0.6
October - Octobre	6,042,516	+ 3.7	5,159,330	+ 0.1
November - Novembre	6,193,175	+ 3.2	5,186,021	+ 0.5
December - Décembre	4,855,506	+ 8.6	5,253,267	+ 1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+ 15.0	5,319,911	+ 0.3
February - Février	4,771,534	+ 10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+ 7.0	5,207,643	+ 2.0
April - Avril	5,283,806	+ 4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+ 3.4	5,201,869	+ 0.7
June - Juin	4,888,641	+ 2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+ 2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+ 0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+ 0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+ 0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,099,885	+ 1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,107,379	+ 0.1
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,061,022	-0.9
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,067,645	+ 0.1
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, ¹ Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993**TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993**

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	+1.7
March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.5	-0.5
April - Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+1.9	+2.3
May - Mai	3,008,348	2,351,267	2,368,883	+0.8	--
June - Juin	3,090,219	2,368,098			
July - Juillet	3,142,018	2,280,713			
August - Août	2,867,844	2,319,434			
September - Septembre	3,012,999	2,333,357			
October - Octobre	3,181,246	2,377,907			
November - Novembre	3,218,605	2,444,593			
December - Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+2.5	-2.5
February - Février	2,791.0	2,493.0	2,479.0	-2.1	-0.6
March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,453.0	-1.0	--
April - Avril	3,058.0	2,411.0	2,464.0	+0.4	+2.2
May - Mai	3,104.0	2,418.0	2,438.0	-1.1	+0.8
June - Juin	3,132.0	2,400.0			
July - Juillet	3,261.0	2,367.0			
August - Août	2,993.0	2,406.0			
September - Septembre	3,024.0	2,343.0			
October - Octobre	3,120.0	2,334.0			
November - Novembre	3,004.0	2,281.0			
December - Décembre	2,536.0	2,470.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

TEXT TABLE I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1993 - May 1993

TABLEAU EXPLICATIF I.

Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1993 - Mai 1993

	Response rate ¹		Response fraction ²
	Taux de réponse ¹		
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	Fraction de réponse ²
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	98.8	77.8	97.2
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	77.8	97.1
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	...	66.7	98.9
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	...	80.0	99.9

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales by Region , Advance Release, <i>Monthly, Bilingual</i> .	Ventes des grands magasins par région , rapport provisoire, <i>mensuel, bilingue</i> .	63-004
Retail Trade , <i>Monthly, Bilingual</i> .	Commerce de détail , <i>mensuel, bilingue</i> .	63-005
New Motor Vehicle Sales , <i>Monthly, Bilingual</i> .	Ventes de véhicules automobiles neufs , <i>mensuel, bilingue</i> .	63-007
Retail Chain and Department stores , <i>Annual, Bilingual</i> .	Magasins de détail à succursales et les grands magasins , <i>annuel, bilingue</i> .	63-210
Vending Machine Operators , <i>Annual, Bilingual</i> .	Exploitants de distributeurs automatiques , <i>annuel, bilingue</i> .	63-213
Direct Selling in Canada , <i>Annual, Bilingual</i> .	La vente directe au Canada , <i>annuel, bilingue</i> .	63-218
Campus Bookstores , <i>Annual, Bilingual</i> .	Librairies de campus , <i>annuel, bilingue</i> .	63-219
Annual Retail Trade , <i>Annual, Bilingual</i> .	Commerce de détail , <i>annuel, bilingue</i> .	63-223
Retail Commodity Survey , <i>Occasional, Bilingual</i> .	Enquête sur les marchandises vendues au détail , <i>hors série, bilingue</i> .	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:**PHONE:****FAX TO:****METHOD OF PAYMENT:**

Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada - Publications.

☐ Bill me later (Pre-payment required for all publications except subscriptions. Maximum credit \$500.)

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Company

Department

Attention

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that all information is completed.

Catalogue
Number

Title

Date of
Issue
or
Indicate an
"S" for
subscriptions

Annual Subscription
or Book Price

Canada
\$

United
States
US\$

Other
Countries
US\$

Quantity

Total
\$

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093022

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

BON DE COMMANDE

Statistique Canada



Division de la
commercialisation
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte☐ VISA☐ MasterCard


N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

 Païement inclus

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

 **Envoyez-moi la facture plus tard** (Un acompte est exigé pour toutes les publications commandées, sauf pour les abonnements. Un crédit maximum de 500 \$.)

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du *Receveur général du Canada – Publications*.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093022

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1992

The fastest way to get off to a good start !

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The **Market Research Handbook 1992** can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

Looking for...

... socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

... revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The **Market Research Handbook 1992** has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook 1992** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook 1992** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1992

Pour partir du bon pied !

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil statistique des études de marché 1992** peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

Vous cherchez...

... des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

... des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le **Recueil** contient tout cela... et plus encore :

- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le **Recueil statistique des études de marché 1992** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7% en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

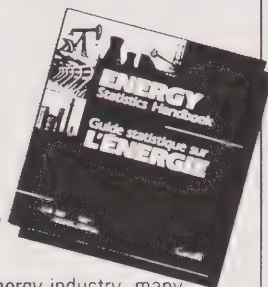
Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.



DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The *Energy Statistics Handbook* is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

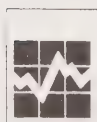
- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the *Energy Statistics Handbook* to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the *Energy Statistics Handbook* today!

The *Energy Statistics Handbook* (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.



Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call 1-800-267-6677 and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le *Guide statistique de l'énergie* est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le *Guide statistique de l'énergie* pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au *Guide statistique de l'énergie*!

Le *Guide statistique de l'énergie* (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.

Catalogue 63-002 Monthly

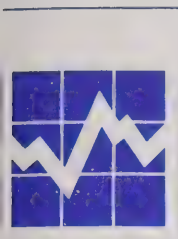
Catalogue 63-002 Mensuel

Department store sales and stocks

June 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1993



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on-line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656)
or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressés à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

June 1993



Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1993

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

October 1993

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually
United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually
Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1993

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

October 1993

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année
États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année
Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5

Table

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993	7
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	8
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	10
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	12
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	15
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	16
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	17
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	18
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	20
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	21

Table des matières

	Page
Points saillants	5

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	15
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	16
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	17
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	18
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	20
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	21

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Page

Appendix

I. Scope of the Survey	23
Data Quality and Methodology	24
Explanatory Notes	24
II. List of Departement Store Organisations	26

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	27
For further reading	28

TABLE DES MATIÈRES - fin

Page

Appendice

I. Champ de l'enquête	23
Qualités des données et méthodologie	24
Notes explicatives	24
II. Liste des organisations des grands magasins	26

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
Lectures suggérées	28

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,061 million in June 1993, a decrease of 1.3% from the previous month's total (revised) of \$1,075 million.
- The 1.3% sales decrease followed two consecutive monthly increases.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,057 million at the end of June, a decrease of 0.3% from the May 1993 value (revised) of \$5,074 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour juin 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé 1 061 millions \$, une diminution de 1,3% par rapport à l'estimation révisée mai (1 075 millions \$).
- La baisse de 1,3% dans les ventes en juin fait suite à deux augmentations mensuelles consécutives.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une diminution de 0,3% par rapport au mois précédent (5 074 millions \$, chiffre révisé) et s'élevait à la fin de juin 1993 à 5 057 millions \$.

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993**TABLERAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désézonnalisées par rayon, Canada, 1992-1993**

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change 1993 Variation
		May	June	May	June	June 1993/1992
		Mai	Juin	Mai	Juin	Juin 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	12,856	10,069	12,191	10,878	+ 8.0
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	6,701	4,198	6,933	4,734	+ 12.8
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	112,595	94,854	112,326	97,618	+ 2.9
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	8,794	8,872	9,577	9,067	+ 2.2
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	33,330	25,857	33,840	27,491	+ 6.3
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	14,733	11,778	15,476	12,345	+ 4.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	16,134	13,694	16,442	14,001	+ 2.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	19,568	19,340	22,505	20,984	+ 8.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	12,851	13,492	14,026	13,823	+ 2.5
10	Women's hosiery - Bas pour dames	13,778	11,500	13,484	11,188	-2.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	16,815	13,758	16,313	14,187	+ 3.1
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	28,187	24,741	28,109	24,602	-0.6
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	15,711	16,996	15,236	17,022	+ 0.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	61,716	80,513	62,343	80,193	-0.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	13,026	9,617	12,938	10,283	+ 6.9
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	12,539	13,409	13,062	13,433	+ 0.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	21,440	20,159	22,812	22,263	+ 10.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	66,778	62,734	70,227	66,768	+ 6.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	8,037	9,782	7,757	9,467	-3.2
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	8,695	8,501	8,727	8,148	-4.2
21	Linens - Linges de maison	38,962	39,197	40,383	40,819	+ 4.1
22	Luggage - Bagages	4,005	5,403	3,792	4,670	-13.6
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	14,202	13,043	13,726	12,230	-6.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	11,773	11,210	10,692	10,956	-2.3
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	14,089	12,793	12,200	12,551	-1.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	7,678	8,180	7,406	7,707	-5.8
27	Furniture - Meubles	54,733	54,992	50,131	49,723	-9.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	38,545	42,222	34,003	36,137	-14.4
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc)	34,573	38,232	32,080	35,434	-7.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	34,947	33,699	33,864	33,168	-1.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	48,881	44,881	47,221	40,416	-9.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	7,183	7,279	5,821	6,107	-16.1
33	Jewellery - Bijouterie	19,704	20,954	20,471	21,384	+ 2.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	18,409	19,141	16,283	17,182	-10.2
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	38,931	37,211	35,844	34,792	-6.5
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	24,057	25,147	21,716	22,837	-9.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	12,468	12,317	11,660	11,352	-7.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	18,005	17,547	16,821	16,536	-5.8
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	30,128	30,490	28,282	28,858	-5.4
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	79,939	63,721	82,629	65,874	+ 3.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,055,497	1,011,524	1,039,352	997,228	-1.4

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars – milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1992 May	572,628	x	x	11,156	x	109,227
2	June	557,926	x	x	11,531	x	101,693
3	January-June	2,935,392	x	x	57,679	x	530,981
4	1993 May	541,898	x	x	11,014	x	109,810
5	June	535,245	x	x	11,399	x	99,583
6	January-June	2,820,449	x	x	56,474	x	530,551
	Percentage change						
7	June 1993/1992	-4.1	x	x	-1.1	x	-2.1
8	January-June 1993/1992	-3.9	x	x	-2.1	x	-0.1
	Junior department stores						
9	1992 May	482,869	x	x	22,003	x	99,052
10	June	453,597	x	x	22,542	x	84,861
11	January-June	2,437,224	x	x	112,258	x	482,174
12	1993 May	497,453	x	x	22,358	x	94,631
13	June	461,983	x	x	22,226	x	82,557
14	January-June	2,485,008	x	x	115,541	x	451,672
	Percentage change						
15	June 1993/1992	+ 1.8	x	x	-1.4	x	-2.7
16	January-June 1993/1992	+ 2.0	x	x	+ 2.9	x	-6.3
	Total, all department stores						
17	1992 May	1,055,497	12,893	4,033	33,159	22,336	208,278
18	June	1,011,524	13,417	4,370	34,073	22,609	186,555
19	January-June	5,372,617	68,765	21,243	169,937	114,575	1,013,155
20	1993 May	1,039,352	13,402	4,010	33,372	22,212	204,441
21	June	997,228	13,498	4,189	33,625	22,240	182,141
22	January-June	5,305,457	70,015	20,664	172,015	114,209	982,222
	Percentage change						
23	June 1993/1992	-1.4	+ 0.6	-4.2	-1.3	-1.6	-2.4
24	January-June 1993/1992	-1.3	+ 1.8	-2.7	+ 1.2	-0.3	-3.1

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
					Grands magasins traditionnels	
233,627	24,615	x	71,579	99,494	1992 Mai	1
228,997	23,644	x	70,741	98,058	Juin	2
1,187,605	127,252	x	380,427	530,596	Janvier-juin	3
213,799	22,727	x	68,081	94,419	1993 Mai	4
217,463	22,468	x	68,504	93,034	Juin	5
1,128,002	120,368	x	362,471	505,832	Janvier-juin	6
					Variation procentuelle	
-5.0	-5.0	x	-3.2	-5.1	Juin 1993/1992	7
-5.0	-5.4	x	-4.7	-4.7	Janvier-juin 1993/1992	8
					Grands magasins populaires	
203,468	20,361	x	41,298	51,173	1992 Mai	9
194,149	18,252	x	38,950	49,559	Juin	10
1,028,440	99,827	x	214,773	262,815	Janvier-juin	11
211,519	20,535	x	45,447	56,275	1993 Mai	12
203,041	18,583	x	39,954	50,626	Juin	13
1,080,167	102,188	x	220,648	275,078	Janvier-juin	14
					Variation procentuelle	
+4.6	+1.8	x	+2.6	+2.2	Juin 1993/1992	15
+5.0	+2.4	x	+2.7	+4.7	Janvier-juin 1993/1992	16
					Ensemble des grands magasins	
437,095	44,976	29,182	112,877	150,667	1992 Mai	17
423,145	41,896	28,151	109,690	147,617	Juin	18
2,216,045	227,080	153,204	595,200	793,411	Janvier-juin	19
425,318	43,262	29,112	113,528	150,694	1993 Mai	20
420,504	41,051	27,862	108,458	143,660	Juin	21
2,208,169	222,556	151,576	583,119	780,912	Janvier-juin	22
					Variation procentuelle	
-0.6	-2.0	-1.0	-1.1	-2.7	Juin 1993/1992	23
-0.4	-2.0	-1.1	-2.0	-1.6	Janvier-juin 1993/1992	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 May	28,838	31,865	x	23,970	x
2	June	28,924	31,117	x	20,105	x
3	January-June	154,133	169,879	x	109,285	x
4	1993 May	28,036	29,972	x	17,817	x
5	June	28,327	30,243	x	18,686	x
6	January-June	148,162	160,732	x	97,883	x
Percentage change						
7	June 1993/1992	-2.1	-2.8	x	-7.1	x
8	January-June 1993/1992	-3.9	-5.4	x	-10.4	x
Junior department stores						
9	1992 May	12,200	16,789	x	9,851	x
10	June	11,499	15,779	x	9,642	x
11	January-June	63,422	87,208	x	50,623	x
12	1993 May	13,217	18,460	x	11,692	x
13	June	11,521	16,201	x	10,222	x
14	January-June	63,610	89,663	x	58,631	x
Percentage change						
15	June 1993/1992	+0.2	+2.7	x	+6.0	x
16	January-June 1993/1992	+0.3	+2.8	x	+15.8	x
Total, all department stores						
17	1992 May	41,038	48,654	16,943	33,821	110,843
18	June	40,423	46,896	17,020	29,747	99,867
19	January-June	217,554	257,088	88,110	159,908	542,407
20	1993 May	41,253	48,432	16,791	29,510	110,514
21	June	39,847	46,443	16,813	28,907	100,064
22	January-June	211,772	250,395	86,738	156,514	534,207
Percentage change						
23	June 1993/1992	-1.4	-1.0	-1.2	-2.8	+0.2
24	January-June 1993/1992	-2.7	-2.6	-1.6	-2.1	-1.5

TABEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
30,105	x	109,766	63,890	x	1992 Mai	1
28,162	x	111,632	62,335	x	Juin	2
146,217	x	577,398	341,002	x	Janvier-juin	3
26,359	x	105,120	60,028	x	1993 Mai	4
25,540	x	106,676	58,811	x	Juin	5
132,142	x	554,293	320,275	x	Janvier-juin	6
Variation procentuelle						
-9.3	x	-4.4	-5.7	x	Juin 1993/1992	7
-9.6	x	-4.0	-6.1	x	Janvier-juin 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
22,081	x	56,342	16,803	x	1992 Mai	9
19,736	x	53,336	16,612	x	Juin	10
109,838	x	285,192	85,391	x	Janvier-juin	11
22,267	x	58,773	18,483	x	1993 Mai	12
19,751	x	57,066	16,664	x	Juin	13
108,566	x	303,936	90,020	x	Janvier-juin	14
Variation procentuelle						
+0.1	x	+7.0	+0.3	x	Juin 1993/1992	15
-1.2	x	+6.6	+5.4	x	Janvier-juin 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
52,186	28,364	166,108	80,693	40,023	1992 Mai	17
47,898	25,291	164,968	78,947	37,286	Juin	32
256,056	137,012	862,589	426,392	201,969	Janvier-juin	19
48,626	28,022	163,893	78,511	38,440	1993 Mai	20
45,290	24,276	163,742	75,475	36,232	Juin	21
240,708	131,774	858,229	410,296	197,403	Janvier-juin	22
Variation procentuelle						
-5.4	-4.0	-0.7	-4.4	-2.8	Juin 1993/1992	23
-6.0	-3.8	-0.5	-3.8	-2.3	Janvier-juin 1993/1992	24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992- 1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
			number - nombre				
	Major department stores						
1	1992 May	329	2	1	12	5	56
2	June	329	2	1	12	5	56
3	1993 May	322	2	1	12	5	58
4	June	322	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 May	567	16	5	31	26	111
6	June	567	16	5	31	26	111
7	1993 May	552	16	4	31	25	96
8	June	550	16	4	31	24	96
	Total, all department stores						
9	1992 May	896	18	6	43	31	167
10	June	896	18	6	43	31	167
11	1993 May	874	18	5	43	30	154
12	June	872	18	5	43	29	154

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 May	14	21	7	15	30
2	June	14	21	7	15	30
3	1993 May	14	20	7	12	32
4	June	14	20	7	12	32
	Junior department stores					
5	1992 May	13	18	10	11	43
6	June	13	18	10	11	43
7	1993 May	13	18	10	13	34
8	June	13	18	10	13	34
	Total, all department stores					
9	1992 May	27	39	17	26	73
10	June	27	39	17	26	73
11	1993 May	27	38	17	25	66
12	June	27	38	17	25	66

¹ See footnote at end of tables.

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
129	13	12	48	51	1992 Mai	1
129	13	12	48	51	Juin	2
120	13	12	47	52	1993 Mai	3
120	13	12	47	52	Juin	4
					Grands magasins populaires	
224	23	22	48	61	1992 Mai	5
224	23	22	48	61	Juin	6
226	23	23	48	60	1993 Mai	7
225	23	23	48	60	Juin	8
					Ensemble des grands magasins	
353	36	34	96	112	1992 Mai	9
353	36	34	96	112	Juin	10
346	36	35	95	112	1993 Mai	11
345	36	35	95	112	Juin	12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
15	7	53	28	12	1992 Mai	1
15	7	53	28	12	Juin	2
12	8	51	28	12	1993 Mai	3
12	8	51	28	12	Juin	4
					Grands magasins populaires	
23	13	61	18	17	1992 Mai	5
23	13	61	18	17	Juin	6
21	11	61	18	17	1993 Mai	7
21	11	60	18	17	Juin	8
					Ensemble des grands magasins	
38	20	114	46	29	1992 Mai	9
38	20	114	46	29	Juin	10
33	19	112	46	29	1993 Mai	11
33	19	111	46	29	Juin	12

Voir note à la fin des tableaux.

TABLE 6.

Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1991 to 1993

TABLEAU 6.

Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1991 à 1993

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai	1,039,352	100.0	541,893	52.1	497,453	47.9
June - Juin	997,228	100.0	535,245	53.7	461,983	46.3
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993**TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993**

January-June - Janvier-juin

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	53,927	47,929	-11.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	56,085	51,914	-7.4
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	462,023	481,049	+4.1
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	52,804	56,945	+7.8
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	170,647	174,142	+2.0
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	75,573	72,967	-3.4
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	81,389	81,443	+0.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	108,124	118,068	+9.2
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	62,199	66,738	+7.3
10	Women's hosiery - Bas pour dames	74,285	71,340	-4.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	77,795	77,138	-0.8
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	127,002	126,258	-0.6
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	92,704	88,249	-4.8
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	318,456	317,696	-0.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	62,799	59,634	-5.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	62,780	66,277	+5.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	155,368	165,860	+6.8
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	376,765	392,781	+4.3
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	48,144	45,830	-4.8
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	54,559	52,221	-4.3
21	Linens - Linges de maison	226,304	226,184	-0.1
22	Luggages - Bagages	23,664	21,711	-8.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	72,136	69,525	-3.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	64,284	61,141	-4.9
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	71,047	64,806	-8.8
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	44,704	44,009	-1.6
27	Furniture - Meubles	267,764	248,421	-7.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	209,581	191,326	-8.7
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope,	219,018	224,399	+2.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	207,523	204,268	-1.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	191,408	176,662	-7.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	36,298	31,115	-14.3
33	Jewellery - Bijouterie	96,374	98,557	+2.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	104,763	97,883	-6.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	161,318	158,570	-1.7
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	143,619	132,652	-7.6
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	68,172	63,601	-6.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	107,383	99,397	-7.4
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation	147,731	138,597	-6.2
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	336,099	338,153	-0.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	5,372,617	5,305,457	-1.3

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		May	June	May	June	June 1993/ May 1993	June 1993/1992
		Mai	Juin	Mai	Juin	Juin 1993/ mai 1993	Juin 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	50,801	40,314	45,410	34,813	-23.3	-13.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	35,065	28,566	26,118	24,310	-6.9	-14.9
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	424,104	359,936	413,103	343,530	-16.8	-4.6
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	44,243	40,253	40,941	42,033	+2.7	+4.4
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	141,965	136,912	145,254	133,921	-7.8	-2.2
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	71,817	65,309	71,090	66,792	-6.0	+2.3
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	78,281	78,595	75,020	71,753	-4.4	-8.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	108,543	103,193	114,297	114,672	+0.3	+11.1
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	98,909	96,975	94,707	90,651	-4.3	-6.5
10	Women's hosiery - Bas pour dames	69,723	68,568	75,323	73,716	-2.1	+7.5
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	84,934	74,139	77,999	68,728	-11.9	-7.3
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	139,017	125,482	127,890	118,557	-7.3	-5.5
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	106,080	88,147	97,771	80,846	-17.3	-8.3
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	347,548	296,490	362,121	313,635	-13.4	+5.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	53,517	48,496	49,034	47,804	-2.5	-1.4
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	74,349	72,219	73,828	68,313	-7.5	-5.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	52,108	49,326	55,444	52,178	-5.9	+5.8
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	361,984	362,839	382,844	373,156	-2.5	+2.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	53,332	54,000	51,988	52,120	+0.3	-3.5
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	86,061	86,748	76,651	79,457	+3.7	-8.4
21	Linens - Linges de maison	277,677	271,875	279,388	272,917	-2.3	+0.4
22	Luggage - Bagages	35,709	36,849	32,592	30,965	-5.0	-16.0
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	137,295	132,414	136,900	129,726	-5.2	-2.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	78,040	74,847	66,375	63,517	-4.3	-15.1
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	75,587	75,507	72,720	72,143	-0.8	-4.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	63,813	63,293	59,601	60,248	+1.1	-4.8
27	Furniture - Meubles	198,076	187,600	158,199	151,795	-4.0	-19.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	99,282	84,353	89,121	79,674	-10.6	-5.5
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc)	269,648	260,792	278,290	264,925	-4.8	+1.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	238,539	233,564	237,658	235,868	-0.8	+1.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	223,725	209,661	211,043	193,073	-8.5	-7.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	55,969	53,665	51,584	49,200	-4.6	-8.3
33	Jewellery - Bijouterie	190,544	187,514	189,452	180,229	-4.9	-3.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	163,162	160,654	170,801	166,435	-2.6	+3.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Equipements de sport et vêtements athlétiques	214,531	195,442	221,803	196,573	-11.4	+0.6
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	169,713	185,041	171,655	193,963	+13.0	+4.8
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	68,876	72,250	74,648	69,609	-6.8	-3.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	164,495	126,813	117,964	118,402	+0.4	-6.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	5,207,063	4,888,641	5,076,626	4,780,244	-5.8	-2.2

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992- 1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		May Mai	June Juin	May Mai	June Juin
1	Women's and misses' dresses and uniforms	3.95	4.00	3.72	3.20
2	Women's and misses' coats and suits	5.23	6.80	3.77	5.13
3	Women's and misses' casual wear	3.77	3.79	3.68	3.52
4	Nursery equipment	5.03	4.54	4.27	4.64
5	Infants' and children's wear	4.26	5.30	4.29	4.87
6	Girls' wear	4.87	5.54	4.59	5.41
7	Lingerie and women's sleepwear	4.85	5.74	4.56	5.12
8	Intimate apparel	5.55	5.34	5.08	5.46
9	Athletic footwear	7.70	7.19	6.75	6.56
10	Women's hosiery	5.06	5.96	5.59	6.59
11	Women's accessories	5.05	5.39	4.78	4.84
12	Women's, misses', girls and children's footwear	4.93	5.07	4.55	4.82
13	Men's coats, suits and dress pants	6.75	5.19	6.42	4.75
14	Men's casual wear and furnishings	5.63	3.68	5.81	3.91
15	Boys' clothing and furnishings	4.11	5.04	3.79	4.65
16	Men's and boys' footwear	5.93	5.39	5.65	5.09
17	Food and kindred products	2.43	2.45	2.43	2.34
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.42	5.78	5.45	5.59
19	Photographic equipment and supplies	6.64	5.52	6.70	5.51
20	Sewing supplies, notions and piece goods	9.90	10.20	8.78	9.75
21	Linens	7.13	6.94	6.92	6.69
22	Luggages	8.92	6.82	8.60	6.63
23	China, crystal, glassware and silverware	9.67	10.15	9.97	10.61
24	Floor coverings	6.63	6.68	6.21	5.80
25	Draperies and furniture coverings	5.36	5.90	5.96	5.75
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.31	7.74	8.05	7.82
27	Furniture	3.62	3.41	3.16	3.05
28	Major appliances	2.58	2.00	2.62	2.20
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc)	7.80	6.82	8.68	7.48
30	Housewares and small electrical appliances	6.83	6.93	7.02	7.11
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4.58	4.67	4.47	4.78
32	Plumbing, heating and building materials	7.79	7.37	8.86	8.06
33	Jewellery	9.67	8.95	9.25	8.43
34	Toys and games	8.86	8.39	10.49	9.69
35	Sports equipment and athletic apparel	5.51	5.25	6.19	5.65
36	Stationery, books and office equipment	7.05	7.36	7.90	8.49
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	5.52	5.87	6.40	6.13
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (include gifts and seasonal)	2.06	1.99	1.43	1.80
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.93	4.83	4.88	4.79

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
May	June	May	June		
Mai	Juin	Mai	Juin		
0.24	0.22	0.26	0.27	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.13	0.24	0.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.26	0.24	0.26	0.26	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.20	0.21	0.24	0.22	Articles de chambres d'enfants	4
0.22	0.19	0.22	0.20	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.19	0.17	0.20	0.18	Vêtements de fillettes	6
0.20	0.17	0.21	0.19	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.18	0.18	0.20	0.18	Sous-vêtements	8
0.13	0.14	0.15	0.15	Chaussures athlétiques	9
0.19	0.17	0.18	0.15	Bas pour dames	10
0.19	0.17	0.20	0.19	Articles de parure pour dames	11
0.20	0.19	0.21	0.20	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.15	0.18	0.15	0.19	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.18	0.25	0.18	0.24	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.23	0.19	0.26	0.21	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.16	0.18	0.18	0.19	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.41	0.40	0.41	0.41	Produits alimentaires et connexes	17
0.18	0.17	0.18	0.18	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.15	0.18	0.15	0.18	Appareils et fournitures photographiques	19
0.10	0.10	0.11	0.10	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.14	0.14	0.15	0.15	Linges de maison	21
0.11	0.15	0.12	0.15	Bagages	22
0.10	0.10	0.10	0.09	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.15	0.15	0.16	0.17	Revêtements de plancher	24
0.18	0.17	0.17	0.17	Tentures et housses	25
0.12	0.13	0.13	0.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.27	0.29	0.31	0.32	Meubles	27
0.39	0.46	0.38	0.43	Gros appareils ménagers	28
0.13	0.14	0.12	0.13	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.15	0.14	0.14	0.14	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.22	0.21	0.22	0.20	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.13	0.13	0.11	0.12	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.10	0.11	0.11	0.12	Bijouterie	33
0.11	0.12	0.10	0.10	Jouets et jeux	34
0.18	0.18	0.16	0.17	Equipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.14	0.14	0.13	0.12	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.18	0.17	0.16	0.16	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation	39
0.52	0.44	0.59	0.56	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.20	0.20	0.20	0.20	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993**TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993**

Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaisonnalisés	Variation en pourcentage année/année	Désaison- né	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+ 2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+ 3.2	4,833,184	+ 2.2
March - Mars	4,761,241	+ 5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+ 2.3	4,800,535	+ 0.9
May - Mai	4,806,183	+ 2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+ 2.8	4,809,863	+ 0.7
July - Juillet	4,630,744	+ 3.6	4,881,953	+ 1.5
August - Août	4,934,391	+ 6.0	4,960,839	+ 1.6
September - Septembre	5,322,391	+ 4.6	5,011,295	+ 1.0
October - Octobre	5,825,385	+ 3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+ 5.4	5,003,808	+ 0.1
December - Décembre	4,469,159	+ 3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+ 3.6
March - Mars	4,798,359	+ 0.8	4,863,053	+ 1.8
April - Avril	5,053,505	+ 3.3	4,935,682	+ 1.5
May - Mai	5,033,509	+ 4.7	4,994,546	+ 1.2
June - Juin	4,751,518	+ 4.7	5,066,083	+ 1.4
July - Juillet	4,781,942	+ 3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+ 3.4	5,121,160	+ 1.8
September - Septembre	5,483,599	+ 3.0	5,153,243	+ 0.6
October - Octobre	6,042,516	+ 3.7	5,159,330	+ 0.1
November - Novembre	6,193,175	+ 3.2	5,186,021	+ 0.5
December - Décembre	4,855,506	+ 8.6	5,253,267	+ 1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+ 15.0	5,319,911	+ 1.3
February - Février	4,771,534	+ 10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+ 7.0	5,207,643	+ 2.0
April - Avril	5,283,806	+ 4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+ 3.4	5,201,869	+ 0.7
June - Juin	4,888,641	+ 2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+ 2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+ 0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+ 0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+ 0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,099,885	+ 1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,095,335	-0.1
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,062,254	-0.6
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,074,281	+ 0.2
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,057,353	-0.3
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable,¹ Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993**TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993**

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	-1.2
March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.2	-0.5
April - Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+ 1.9	+ 2.3
May - Mai	3,008,348	2,351,267	2,368,883	+ 0.8	+ 0.7
June - Juin	3,090,219	2,368,098	2,343,887	-1.1	-1.0
July - Juillet	3,142,018	2,280,713			
August - Août	2,867,844	2,319,434			
September - Septembre	3,012,999	2,333,357			
October - Octobre	3,181,246	2,377,907			
November - Novembre	3,218,605	2,444,593			
December - Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+ 2.5	-2.5
February - Février	2,791.0	2,493.0	2,479.0	-2.1	-0.6
March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,455.0	-1.0	--
April - Avril	3,058.0	2,411.0	2,464.0	+ 0.4	+ 2.2
May - Mai	3,104.0	2,418.0	2,435.0	-1.2	+ 0.7
June - Juin	3,132.0	2,400.0	2,413.0	-0.9	+ 0.5
July - Juillet	3,261.0	2,367.0			
August - Août	2,993.0	2,406.0			
September - Septembre	3,024.0	2,343.0			
October - Octobre	3,120.0	2,334.0			
November - Novembre	3,004.0	2,281.0			
December - Décembre	2,536.0	2,470.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

TEXT TABLE I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1993 - June 1993

TABLEAU EXPLICATIF I.

Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1993 - Juin 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités orga- nisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	88.9	97.6	99.9
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	77.8	96.8
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	...	66.7	98.8
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	...	80.0	99.9

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	Commerce de détail, mensuel, bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.	63-007
Retail Chain and Department stores, Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada, annuel, bilingue.	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual.	Librairies de campus, annuel, bilingue.	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual.	Commerce de détail, annuel, bilingue.	63-223
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:**PHONE:****FAX TO:****METHOD OF PAYMENT:**

Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

Company

Department

Attention

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that all information is completed.

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada - Publications.

☐ Bill me later (Pre-payment required for all publications except subscriptions. Maximum credit \$500.)

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Catalogue
Number

Title

Date of
Issue

or
Indicate an
"S" for
subscriptions

Annual Subscription
or Book Price

Canada
\$

United
States
US\$

Other
Countries
US\$

Quantity

Total
\$

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093022

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

CANADA A PORTRAIT

A CELEBRATION
OF OUR GREAT NATION

UN PORTRAIT DU CANADA

POUR CÉLÉBRER LA
GRANDEUR DE NOTRE PAYS

Canada challenges the imagination. Imagine a country where Newfoundlanders live closer to Africans than they do to fellow Canadians in British Columbia. Or a country with an island that has a glacier bigger than Ireland. Imagine a country with two million lakes, and the world's longest coastline – but that shares a border with only one nation.

Statistics Canada has created the 54th edition of **Canada: A Portrait** as a celebration of our great nation. Drawn from Statistics Canada's rich palette of national data, it paints a picture of where we are socially, economically, culturally and politically.

Over 60 unique and beautiful photographs combined with lively text, provide a close-up look at the Canada of today.

Experience this land's remarkable natural regions and diverse human landscape through six chapters entitled: **This Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy, and Canada in the World.**

Eminent Canadians such as astronaut Roberta Bondar, former hockey star Jean Béliveau, and writer W.O. Mitchell have contributed their personal visions of Canada.

Canada: A Portrait is a beautiful illustration of the Canada of today.

Presented in a 30 cm X 23 cm (12 1/4" X 9") format, prestige hardcover, with over 200 pages, **Canada: A Portrait** (Catalogue No. 11-403E) is available in Canada for \$38.00 plus GST, US \$41.95 in the United States, and US \$48.95 in other countries.

To order write **Statistics Canada, Publications Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6** or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. For faster ordering call toll-free **1-800-267-6677** and use your VISA and MasterCard or fax your order to **(613) 951-1584**.

Le Canada est un pays qui défie l'imagination. Imaginez un pays où les Terre-Neuviens vivent plus près des Africains que de leurs compatriotes de la Colombie-Britannique. Un pays où se trouve une île sur laquelle s'étend un glacier plus grand que l'Irlande. Imaginez un pays qui compte 2 millions de lacs et le plus long littoral du monde, et pourtant un seul voisin.

Statistique Canada a créé la 54^e édition d'**Un portrait du Canada** pour célébrer la grandeur de notre pays. C'est à partir du riche éventail de données nationales de Statistique Canada que l'on a brossé ce tableau de notre situation sociale, économique, culturelle et politique.

Plus de 60 magnifiques photos, mariées à un texte vivant, offrent une vision claire et détaillée de ce qu'est le Canada d'aujourd'hui.

Découvrez les splendides régions naturelles de ce pays, de même que son paysage humain des plus diversifiés, à travers six chapitres intitulés : **Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde.**

D'éminents Canadiens, tels Roberta Bondar, astronaute, Jean Béliveau, ancienne vedette de hockey, et W.O. Mitchell, écrivain, y font part de leur vision personnelle du Canada.

Un portrait du Canada... un magnifique ouvrage de collection qui décrit admirablement bien le Canada d'aujourd'hui.

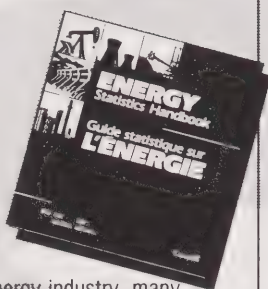
Présenté dans un format de 30 cm sur 23 cm (12,25 po X 9 po), dans une couverture rigide de luxe et en plus de 200 pages, **Un portrait du Canada** (N° 11-403F au catalogue) coûte 38 \$ plus TPS au Canada, 41,95 \$ US aux États-Unis et 48,95 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à **Statistique Canada, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. La liste figure dans la publication. Pour commander plus rapidement, composez sans frais le **1-800-267-6677** et utilisez votre carte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**.



DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The **Energy Statistics Handbook** is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the **Energy Statistics Handbook** to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the **Energy Statistics Handbook** today!

The **Energy Statistics Handbook** (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.



Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to **(613) 951-1584**. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call **1-800-267-6677** and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le **Guide statistique de l'énergie** est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le **Guide statistique de l'énergie** pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au **Guide statistique de l'énergie!**

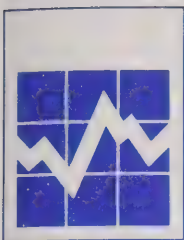
Le **Guide statistique de l'énergie** (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le **1-800-267-6677** et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.



Catalogue 63-002 Monthly

Department store sales and stocks

July 1993



Years of *Ans*
Excellence *d'excellence*



Catalogue 63-002 Mensuel

Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1993



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on-line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656)
or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

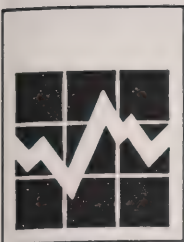
On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

July 1993



Years of *Ans*
Excellence *d'excellence*

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

• Minister of Industry,
Science and Technology, 1993

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

October 1993

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

• Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1993

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Octobre 1993

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année

États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année

Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993	7
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	8
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	10
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	12
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	15
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	16
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	17
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	18
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	20
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	21

Table des matières

	Page
Points saillants	5
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	15
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	16
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	17
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	18
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	20
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	21

TABLE OF CONTENTS – Concluded

Page

Appendix

I. Scope of the Survey	23
Data Quality and Methodology	24
Explanatory Notes	24
II. List of Department Store Organisations	26

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	27
For further reading	28

TABLE DES MATIÈRES – fin

Page

Appendice

I. Champ de l'enquête	23
Qualités des données et méthodologie	24
Notes explicatives	24
II. Liste des organisations des grands magasins	26

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
Lectures suggérées	28

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,048 million in July 1993, a decrease of 0.9% from the previous month's total (revised) of \$1,058 million.
- The 0.9% sales decrease in July 1993 was the second consecutive monthly decrease.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,035 million at the end of July, a decrease of 0.3% from the June 1993 value (revised) of \$5,051 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour juillet 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé 1,048 millions \$, une diminution de 0,9% par rapport à l'estimation révisée juin (1,058 millions \$).
- La diminution de 0,9% dans les ventes en juillet représente une deuxième baisse mensuelle consécutive.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une diminution de 0,3% par rapport au mois précédent (5,051 millions \$, chiffre révisé) et s'élevait à la fin de juin 1993 à 5,035 millions \$.

Table 1

Tableau 1

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993Ventes mensuelles des grands magasins, non
désaisonnalisées par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change 1993 Variation
		June	July	June	July	July 1993/1992
		Juin	Juillet	Juin	Juillet	Juillet 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	10,069	7,924	10,878	7,815	-1.4
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	4,198	4,600	4,734	3,530	-23.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	94,854	81,043	97,618	83,417	+2.9
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	8,872	9,781	9,067	10,276	+5.1
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	25,857	27,618	27,491	27,220	-1.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	11,778	12,493	12,345	12,460	-0.3
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	13,694	14,592	14,001	14,795	+1.4
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	19,340	20,708	20,984	22,268	+7.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	13,492	10,810	13,823	11,553	+6.9
10	Women's hosiery - Bas pour dames	11,500	9,199	11,188	8,558	-7.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	13,758	12,590	14,187	11,729	-6.8
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	24,741	19,616	24,602	19,566	-0.3
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	16,996	12,257	17,022	11,667	-4.8
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	80,513	55,670	80,193	56,362	+1.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	9,617	9,632	10,283	9,133	-5.2
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	13,409	9,795	13,433	10,205	+4.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	20,159	24,020	22,263	22,830	-5.0
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	62,734	63,790	66,768	64,287	+0.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	9,782	10,297	9,467	9,729	-5.5
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	8,501	9,293	8,148	9,064	-2.5
21	Linens - Linges de maison	39,197	49,580	40,819	47,482	-4.2
22	Luggages - Bagages	5,403	5,240	4,670	4,649	-11.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	13,043	13,945	12,230	12,303	-11.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	11,210	12,568	10,956	11,435	-9.0
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	12,793	14,989	12,551	12,741	-15.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	8,180	9,657	7,707	7,871	-18.5
27	Furniture - Meubles	54,992	55,378	49,723	51,376	-7.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	42,222	44,284	36,137	45,541	+2.8
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	38,232	43,702	35,434	38,672	-11.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	33,699	44,565	33,168	41,251	-7.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	44,881	36,530	40,416	33,308	-8.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	7,279	6,879	6,107
33	Jewellery - Bijouterie	20,954	17,763	21,384	16,853	-5.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	19,141	19,785	17,182	18,081	-8.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	37,211	32,264	34,792	31,607	-2.0
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	25,147	24,910	22,837	22,309	-10.4
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	12,317	14,771	11,352	13,214	-10.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	17,547	17,964	16,536	16,983	-5.5
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	30,490	27,038	28,858	27,283	+0.9
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	63,721	52,808	65,874	62,230	+17.8
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,011,524	970,347	997,228	941,655	-3.0

Table 2

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars - milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1992 June	557,926	x	x	11,531	x	101,693
2	July	524,301	x	x	10,508	x	92,503
3	January-July	3,459,693	x	x	68,188	x	623,484
4	1993 June	535,245	x	x	11,399	x	99,583
5	July	496,894	x	x	11,333	x	97,364
6	January-July	3,317,343	x	x	67,807	x	627,915
	Percentage change						
7	July 1993/1992	-5.2	x	x	+ 7.8	x	+ 5.3
8	January-July 1993/1992	-4.1	x	x	-0.6	x	+ 0.7
	Junior department stores						
9	1992 June	453,597	x	x	22,542	x	84,861
10	July	446,046	x	x	21,143	x	90,583
11	January-July	2,883,270	x	x	133,401	x	572,758
12	1993 June	461,983	x	x	22,226	x	82,557
13	July	444,761	x	x	21,823	x	82,198
14	January-July	2,929,768	x	x	137,367	x	533,869
	Percentage change						
15	July 1993/1992	-0.3	x	x	+ 3.2	x	-9.3
16	January-July 1993/1992	+ 1.6	x	x	+ 3.0	x	-6.8
	Total, all department stores						
17	1992 June	1,011,524	13,417	4,370	34,073	22,609	186,555
18	July	970,347	13,061	4,415	31,651	22,132	183,087
19	January-July	6,342,964	81,826	25,658	201,588	136,707	1,196,242
20	1993 June	997,228	13,498	4,189	33,625	22,240	182,141
21	July	941,655	14,070	4,329	33,155	22,466	179,562
22	January-July	6,247,112	84,085	24,992	205,171	136,675	1,161,784
	Percentage change						
23	July 1993/1992	-3.0	+ 7.7	-2.0	+ 4.8	+ 1.5	-1.9
24	January-July 1993/1992	-1.5	+ 2.8	-2.6	+ 1.8	--	-2.9

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 2

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
228,997	23,644	x	70,741	98,058	1992 Juin	1
206,524	21,824	x	70,627	100,153	Juillet	2
1,394,129	149,073	x	451,054	630,749	Janvier-juillet	3
217,463	22,468	x	68,504	93,034	1993 Juin	4
202,509	20,837	x	59,976	81,432	Juillet	5
1,330,510	141,205	x	422,447	587,265	Janvier-juillet	6
Variation procentuelle						
-1.9	-4.5	x	-15.1	-18.7	Juillet 1993/1992	7
-4.6	-5.3	x	-6.3	-6.9	Janvier-juillet 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
194,149	18,252	x	38,950	49,559	1992 Juin	9
187,200	17,378	x	38,019	47,568	Juillet	10
1,215,641	117,205	x	252,792	310,383	Janvier-juillet	11
203,041	18,583	x	39,954	50,626	1993 Juin	12
190,575	17,240	x	38,575	49,932	Juillet	13
1,270,742	119,428	x	259,223	325,012	Janvier-juillet	14
Variation procentuelle						
+1.8	-0.8	x	+1.5	+5.0	Juillet 1993/1992	15
+4.5	+1.9	x	+2.5	+4.7	Janvier-juillet 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
423,145	41,896	28,151	109,690	147,617	1992 Juin	17
393,725	39,198	26,713	108,646	147,720	Juillet	18
2,609,770	266,278	179,918	703,846	941,131	Janvier-juillet	19
420,504	41,051	27,862	108,458	143,660	1993 Juin	20
393,083	38,078	26,997	98,551	131,365	Juillet	21
2,601,252	260,633	178,574	681,670	912,276	Janvier-juillet	22
Variation procentuelle						
-0.2	-2.9	+1.1	-9.3	-11.1	Juillet 1993/1992	23
-0.3	-2.1	-0.7	-3.2	-3.1	Janvier-juillet 1993/1992	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 3

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 June	28,924	31,117	x	20,105	x
2	July	28,140	31,690	x	16,656	x
3	January-July	182,272	201,569	x	125,941	x
4	1993 June	28,327	30,243	x	18,686	x
5	July	22,927	24,566	x	17,155	x
6	January-July	171,089	185,298	x	115,038	x
Percentage change						
7	July 1993/1992	-18.5	-22.5	x	+3.0	x
8	January-July 1993/1992	-6.1	-8.1	x	-8.7	x
Junior department stores						
9	1992 June	11,499	15,779	x	9,642	x
10	July	11,336	15,079	x	8,988	x
11	January-July	74,758	102,288	x	59,611	x
12	1993 June	11,521	16,201	x	10,222	x
13	July	11,327	15,434	x	10,123	x
14	January-July	74,937	105,097	x	68,754	x
Percentage change						
15	July 1993/1992	-0.1	+2.4	x	+12.6	x
16	January-July 1993/1992	+0.2	+2.7	x	+15.3	x
Total, all department stores						
17	1992 June	40,423	46,896	17,020	29,747	99,867
18	July	39,476	46,769	15,669	25,644	96,319
19	January-July	257,030	303,857	103,778	185,552	638,726
20	1993 June	39,847	46,443	16,813	28,907	100,064
21	July	34,254	40,000	16,599	27,278	95,020
22	January-July	246,026	290,395	103,337	183,792	629,227
Percentage change						
23	July 1993/1992	-13.2	-14.5	+5.9	+6.4	-1.3
24	January-July 1993/1992	-4.3	-4.4	-0.4	-0.9	-1.5

Tableau 3

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
28,162	x	111,632	62,335	x	1992 Juin	1
25,090	x	101,387	63,301	x	Juillet	2
171,308	x	678,785	404,302	x	Janvier-juillet	3
25,540	x	106,676	58,811	x	1993 Juin	4
23,050	x	97,550	50,154	x	Juillet	5
155,192	x	651,843	370,429	x	Janvier-juillet	6
Variation procentuelle						
-8.1	x	-3.8	-20.8	x	Juillet 1993/1992	7
-9.4	x	-4.0	-8.4	x	Janvier-juillet 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
19,736	x	53,336	16,612	x	1992 Juin	9
19,293	x	51,809	15,756	x	Juillet	10
129,131	x	337,001	101,147	x	Janvier-juillet	11
19,751	x	57,066	16,664	x	1993 Juin	12
18,357	x	53,206	16,334	x	Juillet	13
126,922	x	357,142	106,354	x	Janvier-juillet	14
Variation procentuelle						
-4.9	x	+2.7	+3.7	x	Juillet 1993/1992	15
-1.7	x	+6.0	+5.1	x	Janvier-juillet 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
47,898	25,291	164,968	78,947	37,286	1992 Juin	17
44,383	25,300	153,196	79,057	34,774	Juillet	32
300,438	162,312	1,015,786	505,449	236,744	Janvier-juillet	19
45,290	24,276	163,742	75,475	36,232	1993 Juin	20
41,406	24,162	150,757	66,487	33,760	Juillet	21
282,114	155,936	1,008,985	476,783	231,163	Janvier-juillet	22
Variation procentuelle						
-6.7	-4.5	-1.6	-15.9	-2.9	Juillet 1993/1992	23
-6.1	-3.9	-0.7	-5.7	-2.4	Janvier-juillet 1993/1992	24

Table 4

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	
			number - nombre				
	Major department stores						
1	1992 June	329	2	1	12	5	56
2	July	324	2	1	12	5	56
3	1993 June	322	2	1	12	5	58
4	July	316	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 June	567	16	5	31	26	111
6	July	567	16	5	31	26	111
7	1993 June	550	16	4	31	24	96
8	July	549	16	4	31	24	96
	Total, all department stores						
9	1992 June	896	18	6	43	31	167
10	July	891	18	6	43	31	167
11	1993 June	872	18	5	43	29	154
12	July	865	18	5	43	29	154

Table 5

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 June	14	21	7	15	30
2	July	14	21	7	12	30
3	1993 June	14	20	7	12	32
4	July	12	19	7	12	32
	Junior department stores					
5	1992 June	13	18	10	11	43
6	July	13	18	10	11	43
7	1993 June	13	18	10	13	34
8	July	13	18	10	13	34
	Total, all department stores					
9	1992 June	27	39	17	26	73
10	July	27	39	17	23	73
11	1993 June	27	38	17	25	66
12	July	25	37	17	25	66

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 4
Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
129	13	12	48	51	1992 Juin	1
124	13	12	48	51	Juillet	2
120	13	12	47	52	1993 Juin	3
123	13	12	45	45	Juillet	4
					Grands magasins populaires	
224	23	22	48	61	1992 Juin	5
224	23	22	48	61	Juillet	6
225	23	23	48	60	1993 Juin	7
224	23	23	48	60	Juillet	8
					Ensemble des grands magasins	
353	36	34	96	112	1992 Juin	9
348	36	34	96	112	Juillet	10
345	36	35	95	112	1993 Juin	11
347	36	35	93	105	Juillet	12

Tableau 5
Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
15	7	53	28	12	1992 Juin	1
15	7	53	28	12	Juillet	2
12	8	51	28	12	1993 Juin	3
12	8	51	24	12	Juillet	4
					Grands magasins populaires	
23	13	61	18	17	1992 Juin	5
23	13	61	18	17	Juillet	6
21	11	60	18	17	1993 Juin	7
20	11	60	18	17	Juillet	8
					Ensemble des grands magasins	
38	20	114	46	29	1992 Juin	9
38	20	114	46	29	Juillet	10
33	19	111	46	29	1993 Juin	11
32	19	111	42	29	Juillet	12

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 6
Sales and Market Share of Department Stores by
Type of Organization, Canada, 1991 to 1993

Tableau 6
Ventes et parts de marché des grands magasins par
type d'organisation, Canada, 1991 à 1993

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai	1,039,352	100.0	541,893	52.1	497,453	47.9
June - Juin	997,228	100.0	535,245	53.7	461,983	46.3
July - Juillet	941,655	100.0	496,894	52.8	444,761	47.2
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

Table 7

**Total Department Store Cumulative Sales, by
Department, Canada, 1992-1993**

January-July

Tableau 7

**Total des ventes cumulatives des grands magasins, par
rayon, Canada, 1992-1993**

Janvier-juillet

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	61,851	55,744	-9.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	60,686	55,444	-8.6
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	543,066	564,467	+3.9
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	62,585	67,221	+7.4
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	198,265	201,363	+1.6
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	88,065	85,427	-3.0
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	95,981	96,238	+0.3
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	128,832	140,335	+8.9
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	73,009	78,291	+7.2
10	Women's hosiery - Bas pour dames	83,483	79,897	-4.3
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	90,385	88,868	-1.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	146,618	145,824	-0.5
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	104,961	99,916	-4.8
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	374,126	374,059	--
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	72,431	68,767	-5.1
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	72,575	76,482	+5.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	179,388	188,691	+5.2
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	440,555	457,068	+3.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	58,440	55,558	-4.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	63,852	61,285	-4.0
21	Linens - Linges de maison	275,883	273,666	-0.8
22	Luggage - Bagages	28,905	26,359	-8.8
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	86,080	81,829	-4.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	76,852	72,576	-5.6
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	86,036	77,547	-9.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	54,362	51,881	-4.6
27	Furniture - Meubles	323,142	299,797	-7.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	253,866	236,867	-6.7
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	262,720	263,071	+0.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	252,088	245,518	-2.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	227,937	209,971	-7.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	43,177	31,115	-27.9
33	Jewellery - Bijouterie	114,136	115,410	+1.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	124,548	115,964	-6.9
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	193,582	190,177	-1.8
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	168,529	154,961	-8.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	82,943	76,815	-7.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	125,348	116,380	-7.2
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	174,769	165,880	-5.1
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	388,907	400,383	+3.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	6,342,964	6,247,112	-1.5

Table 8

Tableau 8

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Stocks mensuels des grands magasins, non
désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		June	July	June	July	July 1993/ June 1993	July 1993/ 1993/1992
		Juin	Juillet	Juin	Juillet	Juillet 1993/ juin 1993	Juillet 1993/ 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	40,314	37,118	34,813	33,006	-5.2	-11.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	28,566	39,891	24,310	37,180	+ 52.9	-6.8
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	359,936	363,440	343,530	372,381	+ 8.4	+ 2.5
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	40,253	42,870	42,033	42,815	+ 1.9	-0.1
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	136,912	153,450	133,921	163,208	+ 21.9	+ 6.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	65,309	80,572	66,792	85,846	+ 28.5	+ 6.5
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	78,595	78,826	71,753	74,282	+ 3.5	-5.8
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	103,193	114,497	114,672	117,377	+ 2.4	+ 2.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	96,975	87,565	90,651	88,602	-2.3	+ 1.2
10	Women's hosiery - Bas pour dames	68,568	68,927	73,716	78,159	+ 6.0	+ 13.4
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	74,139	74,287	68,728	72,808	+ 5.9	-2.0
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	125,482	125,897	118,557	124,927	+ 5.4	-0.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	88,147	89,140	80,846	85,854	+ 6.2	-3.7
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	296,490	303,272	313,635	322,358	+ 2.8	+ 6.3
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	48,496	66,977	47,804	66,244	+ 38.6	-1.1
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	72,219	70,523	68,313	69,593	+ 1.9	-1.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	49,326	44,858	52,178	47,963	-8.1	+ 6.9
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	362,839	357,876	373,156	349,029	-6.5	-2.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	54,000	53,475	52,120	50,517	-3.1	-5.5
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	86,748	84,347	79,457	78,246	-1.5	-7.2
21	Linens - Linges de maison	271,875	263,301	272,917	264,592	-3.1	+ 0.5
22	Luggage - Bagages	36,849	38,193	30,965	32,988	+ 6.5	-13.6
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	132,414	128,980	129,726	128,616	-0.9	-0.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	74,847	74,200	63,517	61,923	-2.5	-16.5
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	75,507	70,186	72,143	66,380	-8.0	-5.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	63,293	61,991	60,248	60,046	-0.3	-3.1
27	Furniture - Meubles	187,600	176,459	151,795	137,995	-9.1	-21.8
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	84,353	97,936	79,674	78,421	-1.6	-19.9
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	260,792	257,606	264,925	256,553	-3.2	-0.4
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	233,564	223,442	235,868	229,386	-2.7	+ 2.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	209,661	208,658	193,073	179,550	-7.0	-13.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	53,665	54,115	49,200
33	Jewellery - Bijouterie	187,514	181,117	180,229	170,997	-5.1	-5.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	160,654	169,481	166,435	164,481	-1.2	-2.9
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	195,442	182,473	196,573	174,357	-11.3	-4.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	185,041	196,633	193,963	202,819	+ 4.6	+ 3.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	72,250	68,552	69,609	62,573	-10.1	-8.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	126,813	122,053	118,402	152,741	+ 29.0	+ 25.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	4,888,641	4,913,185	4,780,244	4,784,816	+ 0.1	-2.6

Table 9

Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		June Juin	July Juillet	June Juin	July Juillet
1	Women's and misses' dresses and uniforms	4.00	4.68	3.20	4.22
2	Women's and misses' coats and suits	6.80	8.67	5.13	10.53
3	Women's and misses' casual wear	3.79	4.48	3.52	4.46
4	Nursery equipment	4.54	4.38	4.64	4.17
5	Infants' and children's wear	5.30	5.56	4.87	6.00
6	Girls' wear	5.54	6.45	5.41	6.89
7	Lingerie and women's sleepwear	5.74	5.40	5.12	5.02
8	Intimate apparel	5.34	5.53	5.46	5.27
9	Athletic footwear	7.19	8.10	6.56	7.67
10	Women's hosiery	5.96	7.49	6.59	9.13
11	Women's accessories	5.39	5.90	4.84	6.21
12	Women's, misses', girls' and children's footwear	5.07	6.42	4.82	6.38
13	Men's coats, suits and dress pants	5.19	7.27	4.75	7.36
14	Men's casual wear and furnishings	3.68	5.45	3.91	5.72
15	Boys' clothing and furnishings	5.04	6.95	4.65	7.25
16	Men's and boys' footwear	5.39	7.20	5.09	6.82
17	Food and kindred products	2.45	1.87	2.34	2.10
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.78	5.61	5.59	5.43
19	Photographic equipment and supplies	5.52	5.19	5.51	5.19
20	Sewing supplies, notions and piece goods	10.20	9.08	9.75	8.63
21	Linens	6.94	5.31	6.69	5.57
22	Luggages	6.82	7.29	6.63	7.10
23	China, crystal, glassware and silverware	10.15	9.25	10.61	10.45
24	Floor coverings	6.68	5.90	5.80	5.42
25	Draperies and furniture coverings	5.90	4.68	5.75	5.21
26	Lamps, pictures, mirrors and all other homefurnishings	7.74	6.42	7.82	7.63
27	Furniture	3.41	3.19	3.05	2.69
28	Major appliances	2.00	2.21	2.20	1.72
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.)	6.82	5.89	7.48	6.63
30	Housewares and small electrical appliances	6.93	5.01	7.11	5.56
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4.67	5.71	4.78	5.39
32	Plumbing, heating and building materials	7.37	7.87	8.06	...
33	Jewellery	8.95	10.20	8.43	10.15
34	Toys and games	8.39	8.57	9.69	9.10
35	Sports equipment and athletic apparel	5.25	5.66	5.65	5.52
36	Stationery, books and office equipment	7.36	7.89	8.49	9.09
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	5.87	4.64	6.13	4.74
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	1.99	2.31	1.80	2.45
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.83	5.06	4.79	5.08

Tableau 9

Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
June Juin	July Juillet	June Juin	July Juillet		
0.22	0.20	0.27	0.23	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.13	0.13	0.19	0.11	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.24	0.22	0.26	0.23	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.21	0.24	0.22	0.24	Articles de chambres d'enfants	4
0.19	0.19	0.20	0.18	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.17	0.17	0.18	0.16	Vêtements de fillettes	6
0.17	0.19	0.19	0.20	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.18	0.19	0.18	0.19	Sous-vêtements	8
0.14	0.12	0.15	0.13	Chaussures athlétiques	9
0.17	0.13	0.15	0.11	Bas pour dames	10
0.17	0.17	0.19	0.17	Articles de parure pour dames	11
0.19	0.16	0.20	0.16	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.18	0.14	0.19	0.14	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.25	0.19	0.24	0.18	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.19	0.17	0.21	0.16	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.18	0.14	0.19	0.15	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.40	0.51	0.41	0.46	Produits alimentaires et connexes	17
0.17	0.18	0.18	0.18	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.18	0.19	0.18	0.19	Appareils et fournitures photographiques	19
0.10	0.11	0.10	0.11	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.14	0.19	0.15	0.18	Linges de maison	21
0.15	0.14	0.15	0.15	Bagages	22
0.10	0.11	0.09	0.10	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.15	0.17	0.17	0.18	Revêtements de plancher	24
0.17	0.21	0.17	0.18	Tentures et housses	25
0.13	0.15	0.13	0.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.29	0.30	0.32	0.35	Meubles	27
0.46	0.49	0.43	0.58	Gros appareils ménagers	28
0.14	0.17	0.13	0.15	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.14	0.20	0.14	0.18	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.21	0.17	0.20	0.18	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.13	0.13	0.12	...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.11	0.10	0.12	0.10	Bijouterie	33
0.12	0.12	0.10	0.11	Jouets et jeux	34
0.18	0.17	0.17	0.17	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.14	0.13	0.12	0.11	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.17	0.21	0.16	0.20	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	39
0.44	0.42	0.56	0.46	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.20	0.20	0.20	0.20	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

Table 10

Tableau 10

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted
and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993

Stocks mensuels des grands magasins, non
désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à
1993

Period	Unadjusted change	Year/year percent	Seasonally adjusted change	Month/month percent
Période	Non désaisonnalisées	Variation en pourcentage année/année	Désaison- né	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+3.2	4,833,184	+2.2
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,800,535	+0.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,809,863	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,881,953	+1.5
August - Août	4,934,391	+6.0	4,960,839	+1.6
September - Septembre	5,322,391	+4.6	5,011,295	+1.0
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,003,808	+0.1
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+3.6
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,863,053	+1.8
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,935,682	+1.5
May - Mai	5,033,509	+4.7	4,994,546	+1.2
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,066,083	+1.4
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,121,160	+1.8
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,153,243	+0.6
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,159,330	+0.1
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,186,021	+0.5
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,253,267	+1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,319,911	+1.3
February - Février	4,771,534	+10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,207,643	+2.0
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,201,869	+0.7
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,099,885	+1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,095,335	-0.1
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,059,403	-0.7
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,069,974	+0.2
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,050,520	-0.4
July - Juillet	4,784,816	-2.6	5,034,661	-0.3
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 11

Tableau 11

Department Stores' Month-end Accounts Receivable¹, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993

Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	-1.2
March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.2	-0.5
April - Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+1.9	+2.3
May - Mai	3,008,348	2,351,267	2,368,883	+0.8	+0.7
June - Juin	3,090,219	2,368,098	2,343,887	-1.1	-1.0
July - Juillet	3,142,018	2,280,713	2,363,721	+0.8	+3.6
August - Août	2,867,844	2,319,434			
September - Septembre	3,012,999	2,333,357			
October - Octobre	3,181,246	2,377,907			
November - Novembre	3,218,605	2,444,593			
December - Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+2.5	-2.5
February - Février	2,791.0	2,493.0	2,479.0	-2.1	-0.6
March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,455.0	-1.0	--
April - Avril	3,058.0	2,411.0	2,467.0	+0.5	+2.3
May - Mai	3,104.0	2,418.0	2,439.0	-1.1	+0.9
June - Juin	3,132.0	2,400.0	2,421.0	-0.7	+0.9
July - Juillet	3,261.0	2,367.0	2,438.0	+0.7	+3.0
August - Août	2,993.0	2,406.0			
September - Septembre	3,024.0	2,343.0			
October - Octobre	3,120.0	2,334.0			
November - Novembre	3,004.0	2,281.0			
December - Décembre	2,536.0	2,470.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Du à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Text Table I

Tableau explicatif I

Measures of Reliability, Department Stores,
Canada, 1993 - July 1993Mesure de la fiabilité, grands magasins,
Canada, 1993 - Juillet 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités orga- nisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	77.8	96.4	98.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	77.8	98.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	66.7	99.6
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	80.0	99.9

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	Commerce de détail, mensuel, bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.	63-007
Retail Chain and Department stores, Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada, annuel, bilingue.	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual.	Librairies de campus, annuel, bilingue.	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual.	Commerce de détail, annuel, bilingue.	63-223
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

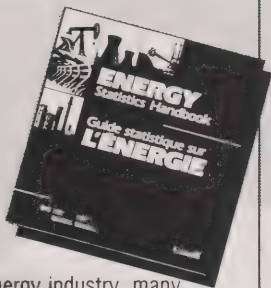
Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The *Energy Statistics Handbook* is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the *Energy Statistics Handbook* to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the *Energy Statistics Handbook* today!

The *Energy Statistics Handbook* (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.

Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call 1-800-267-6677 and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le *Guide statistique de l'énergie* est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le *Guide statistique de l'énergie* pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au *Guide statistique de l'énergie*!

Le *Guide statistique de l'énergie* (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.

THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1993/1994

1991 CENSUS INCLUDED

*The fastest way to get
off to a good start !*

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The **Market Research Handbook** can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them. It helps you to identify, define and locate your target markets.

Looking for . . .

. . . socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

. . . revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The **Market Research Handbook** has it all . . . and more. It provides information on:

- 1991 Census information
- personal expenditures on goods and services
- size and composition of households and families
- wages, salaries and employment
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries

To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Publication Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.



LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1993/1994

RECENSEMENT DE 1991

Pour partir du bon pied !

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil statistique des études de marché** peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

Vous cherchez . . .

. . . des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

. . . des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le **Recueil** contient tout cela . . . et plus encore :

- données sur le recensement de 1991
- dépenses personnelles en biens et en services
- taille et composition des ménages et des familles
- traitements, salaires et emploi
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (plus 7 % de TPS) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Statistique Canada, Division du marketing, Vente de publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).

Vous pouvez également commander par télécopieur au (613) 951-1584 ou composer sans frais le 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.

Department store sales and stocks

August 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Août 1993



Years of *Ans*
Excellence *d'excellence*



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on-line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressés à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

August 1993

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Août 1993



Years of *Ans*
Excellence *d'excellence*

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

• Minister of Industry,
Science and Technology, 1993

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

November 1993

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

• Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1993

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Novembre 1993

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année

États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année

Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

Table des matières

	Page		Page
Highlights	5	Points saillants	5
Table		Tableau	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993	7	1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993	7
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	8	2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	8
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	10	3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	10
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	12	4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	12
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12	5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	15	6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	15
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	16	7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	16
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	17	8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	17
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	18	9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	18
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	20	10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	20
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	21	11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	21

TABLE OF CONTENTS - Concluded**TABLE DES MATIÈRES - fin**

	Page		Page
Appendix		Appendice	
I. Scope of the Survey	23	I. Champ de l'enquête	23
Data Quality and Methodology	24	Qualités des données et méthodologie	24
Explanatory Notes	24	Notes explicatives	24
II. List of Department Store Organisations	26	II. Liste des organisations des grands magasins	26
Text Table		Tableau explicatif	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	27	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
For further reading	28	Lectures suggérées	28

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,049 million in August 1993, a slight increase of 0.1% from the previous month's total (revised) of \$1,048 million.
- The 0.1% sales increase followed two consecutive monthly decreases.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,051 million at the end of August, an increase of 0.3% from the July 1993 value (revised) of \$5,036 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour août 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,049 millions, une augmentation de 0.1% par rapport à l'estimation révisée de juillet (\$1,048 millions).
- La hausse de 0.1% dans les ventes en août fait suite à deux diminutions mensuelles consécutives.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une augmentation de 0.3% par rapport au mois précédent (\$5,036 millions, chiffres révisés) et s'élevait à la fin d'août 1993 à \$5,051 millions.

Table 1

Tableau 1

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Ventes mensuelles des grands magasins, non
désaisonnalisées par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change 1993
		July	August	July	August	August 1993/1992
		Juillet	Août	Juillet	Août	Août 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	7,924	7,414	7,815	6,451	-13.0
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	4,600	7,549	3,530	6,029	-20.1
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	81,043	93,603	83,417	85,581	-8.6
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	9,781	8,956	10,276	9,013	+0.6
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	27,618	42,642	27,220	40,489	-5.0
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	12,493	27,403	12,460	28,170	+2.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	14,592	15,438	14,795	14,906	-3.4
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	20,708	21,620	22,268	23,574	+9.0
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	10,810	19,099	11,553	19,381	+1.5
10	Women's hosiery - Bas pour dames	9,199	10,925	8,558	9,451	-13.5
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	12,590	13,984	11,729	11,315	-19.1
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	19,616	24,575	19,566	22,407	-8.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	12,257	13,711	11,667	12,448	-9.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	55,670	68,845	56,362	63,730	-7.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	9,632	25,269	9,133	23,506	-7.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	9,795	11,696	10,205	12,014	+2.7
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	24,020	21,244	22,830	20,476	-3.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	63,790	62,650	64,287	61,265	-2.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	8,716	10,059	9,729	9,101	-9.5
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	9,293	9,969	9,064	8,735	-12.4
21	Linen - Linges de maison	49,580	47,929	47,482	45,598	-4.9
22	Luggage - Bagages	5,240	8,423	4,649	8,403	-0.2
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	13,945	14,040	12,303	11,989	-14.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	12,568	12,805	11,435	10,500	-18.0
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	14,989	13,418	12,741	11,057	-17.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	9,657	8,452	7,871	8,276	-2.1
27	Furniture - Meubles	55,378	48,856	51,376	42,495	-13.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	44,284	42,793	45,541	43,578	+1.8
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	46,337	44,277	38,672	38,929	-12.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	44,565	40,005	41,251	36,976	-7.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	36,530	28,437	33,308	25,809	-9.2
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	6,879	6,924	--	--	--
33	Jewellery - Bijouterie	17,763	19,839	16,853	18,416	-7.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	19,785	17,879	18,081	15,479	-13.4
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	32,264	21,360	31,607	18,920	-11.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	23,856	41,198	22,309	41,236	+0.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	14,771	12,523	13,214	10,919	-12.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	17,964	18,334	16,983	16,263	-11.3
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	27,038	27,019	27,283	28,859	+6.8
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	52,808	48,874	62,230	52,146	+6.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	970,347	1,040,038	941,655	973,888	-6.4

Table 2

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars - milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1992 July	524,301	x	x	10,508	x	92,503
2	August	578,088	x	x	11,568	x	104,434
3	January-August	4,037,781	x	x	79,756	x	727,918
4	1993 July	496,894	x	x	11,333	x	97,364
5	August	522,791	x	x	11,485	x	99,714
6	January-August	3,840,134	x	x	79,292	x	727,628
	Percentage change						
7	August 1993/1992	-9.6	x	x	-0.7	x	-4.5
8	January-August 1993/1992	-4.9	x	x	-0.6	x	--
	Junior department stores						
9	1992 July	446,046	x	x	21,143	x	90,583
10	August	461,949	x	x	23,316	x	85,634
11	January-August	3,345,220	x	x	156,717	x	658,392
12	1993 July	444,761	x	x	21,823	x	82,198
13	August	451,097	x	x	22,719	x	79,964
14	January-August	3,380,866	x	x	160,083	x	613,834
	Percentage change						
15	August 1993/1992	-2.3	x	x	-2.6	x	-6.6
16	January-August 1993/1992	+1.1	x	x	+2.1	x	-6.8
	Total, all department stores						
17	1992 July	970,347	13,061	4,415	31,651	22,132	183,087
18	August	1,040,038	15,484	4,606	34,884	23,728	190,068
19	January-August	7,383,001	97,310	30,264	236,473	160,435	1,386,310
20	1993 July	941,655	14,070	4,329	33,155	22,466	179,562
21	August	973,888	15,029	4,498	34,205	22,797	179,678
22	January-August	7,221,000	99,114	29,490	239,376	159,472	1,341,462
	Percentage change						
23	August 1993/1992	-6.4	-2.9	-2.3	-1.9	-3.9	-5.5
24	January-August 1993/1992	-2.2	+1.9	-2.6	+1.2	-0.6	-3.2

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 2

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
206,524	21,824	x	70,627	100,153	1992 Juillet	1
226,847	23,674	x	78,349	108,889	Août	2
1,620,976	172,747	x	529,403	739,638	Janvier-août	3
202,509	20,837	x	59,976	81,432	1993 Juillet	4
206,461	23,026	x	66,168	91,869	Août	5
1,536,972	164,231	x	488,615	679,133	Janvier-août	6
Variation procentuelle						
-9.0	-2.7	x	-15.5	-15.6	Août 1993/1992	7
-5.2	-4.9	x	-7.7	-8.2	Janvier-août 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
187,200	17,378	x	38,019	47,568	1992 Juillet	9
194,406	18,666	x	42,228	48,217	Août	10
1,410,046	135,871	x	295,019	358,600	Janvier-août	11
190,575	17,240	x	38,575	49,932	1993 Juillet	12
188,530	18,667	x	43,460	50,183	Août	13
1,459,271	138,095	x	302,683	375,194	Janvier-août	14
Variation procentuelle						
-3.0	--	x	+2.9	+4.1	Août 1993/1992	15
+3.5	+1.6	x	+2.6	+4.6	Janvier-août 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
393,725	39,198	26,713	108,646	147,720	1992 Juillet	17
421,253	42,341	29,991	120,576	157,106	Août	18
3,031,023	308,619	209,908	824,422	1,098,237	Janvier-août	19
393,083	38,078	26,997	98,551	131,365	1993 Juillet	20
394,991	41,693	29,318	109,628	142,051	Août	21
2,996,243	302,326	207,891	791,298	1,054,328	Janvier-août	22
Variation procentuelle						
-6.2	-1.5	-2.2	-9.1	-9.6	Août 1993/1992	23
-1.1	-2.0	-1.0	-4.0	-4.0	Janvier-août 1993/1992	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 3

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 July	28,140	31,690	x	16,656	x
2	August	30,794	35,767	x	19,190	x
3	January-August	213,066	237,335	x	145,131	x
4	1993 July	22,927	24,566	x	17,155	x
5	August	26,462	28,091	x	17,383	x
6	January-August	197,551	213,389	x	132,421	x
Percentage change						
7	August 1993/1992	-14.1	-21.5	x	-9.4	x
8	January-August 1993/1992	-7.3	-10.1	x	-8.8	x
Junior department stores						
9	1992 July	11,336	15,079	x	8,988	x
10	August	11,650	17,513	x	10,132	x
11	January-August	86,408	119,801	x	69,743	x
12	1993 July	11,327	15,434	x	10,123	x
13	August	10,588	18,083	x	10,292	x
14	January-August	85,525	123,180	x	79,046	x
Percentage change						
15	August 1993/1992	-9.1	+ 3.3	x	+ 1.6	x
16	January-August 1993/1992	-1.0	+ 2.8	x	+ 13.3	x
Total, all department stores						
17	1992 July	39,476	46,769	15,669	25,644	96,319
18	August	42,444	53,280	17,182	29,322	101,442
19	January-August	299,474	357,137	120,960	214,874	740,168
20	1993 July	34,254	40,000	16,599	27,278	95,020
21	August	37,050	46,174	16,973	27,675	95,747
22	January-August	283,076	336,569	120,309	211,466	724,974
Percentage change						
23	August 1993/1992	-12.7	-13.3	-1.2	-5.6	-5.6
24	January-August 1993/1992	-5.5	-5.8	-0.5	-1.6	-2.1

Tableau 3

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
25,090	x	101,387	63,301	x	1992 Juillet	1
28,091	x	110,948	68,325	x	Août	2
199,399	x	789,733	472,628	x	Janvier-août	3
23,050	x	97,550	50,154	x	1993 Juillet	4
23,839	x	99,683	57,202	x	Août	5
179,031	x	751,526	427,631	x	Janvier-août	6
Variation procentuelle						
-15.1	x	-10.2	-16.3	x	Août 1993/1992	7
-10.2	x	-4.8	-9.5	x	Janvier-août 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
19,293	x	51,809	15,756	x	1992 Juillet	9
19,960	x	51,378	14,608	x	Août	10
149,091	x	388,378	115,755	x	Janvier-août	11
18,357	x	53,206	16,334	x	1993 Juillet	12
19,940	x	50,714	16,331	x	Août	13
146,863	x	407,856	122,684	x	Janvier-août	14
Variation procentuelle						
-0.1	x	-1.3	+ 11.8	x	Août 1993/1992	15
-1.5	x	+ 5.0	+ 6.0	x	Janvier-août 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
44,383	25,300	153,196	79,057	34,774	1992 Juillet	17
48,052	25,119	162,326	82,933	37,641	Août	32
348,490	187,431	1,178,112	588,382	274,384	Janvier-août	19
41,406	24,162	150,757	66,487	33,760	1993 Juillet	20
43,779	24,344	150,397	73,532	37,220	Août	21
325,893	180,280	1,159,382	550,315	268,382	Janvier-août	22
Variation procentuelle						
-8.9	-3.1	-7.3	-11.3	-1.1	Août 1993/1992	23
-6.5	-3.8	-1.6	-6.5	-2.2	Janvier-août 1993/1992	24

Table 4

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
			number – nombre				
	Major department stores						
1	1992 July	324	2	1	12	5	56
2	August	329	2	1	12	5	57
3	1993 July	316	2	1	12	5	58
4	August	312	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 July	567	16	5	31	26	111
6	August	553	16	5	31	26	97
7	1993 July	549	16	4	31	24	96
8	August	550	16	4	31	24	96
	Total, all department stores						
9	1992 July	891	18	6	43	31	167
10	August	882	18	6	43	31	154
11	1993 July	865	18	5	43	29	154
12	August	862	18	5	43	29	154

Table 5

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 July	14	21	7	12	30
2	August	14	21	7	15	31
3	1993 July	12	19	7	12	32
4	August	13	16	7	12	32
	Junior department stores					
5	1992 July	13	18	10	11	43
6	August	13	18	10	12	35
7	1993 July	13	18	10	13	34
8	August	13	18	10	13	34
	Total, all department stores					
9	1992 July	27	39	17	23	73
10	August	27	39	17	27	66
11	1993 July	25	37	17	25	66
12	August	26	34	17	25	66

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 4

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
Grands magasins traditionnels						
124	13	12	48	51	1992 Juillet	1
126	13	12	48	53	Août	2
123	13	12	45	45	1993 Juillet	3
122	13	12	41	46	Août	4
Grands magasins populaires						
224	23	22	48	61	1992 Juillet	5
224	23	22	48	61	Août	6
224	23	23	48	60	1993 Juillet	7
225	23	23	48	60	Août	8
Ensemble des grands magasins						
348	36	34	96	112	1992 Juillet	9
350	36	34	96	114	Août	10
347	36	35	93	105	1993 Juillet	11
347	36	35	89	106	Août	12

Tableau 5

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
Grands magasins traditionnels						
15	7	53	28	12	1992 Juillet	1
14	7	53	29	12	Août	2
12	8	51	24	12	1993 Juillet	3
12	8	51	25	12	Août	4
Grands magasins populaires						
23	13	61	18	17	1992 Juillet	5
21	11	61	17	17	Août	6
20	11	60	18	17	1993 Juillet	7
21	11	60	18	17	Août	8
Ensemble des grands magasins						
38	20	114	46	29	1992 Juillet	9
35	18	114	46	29	Août	10
32	19	111	42	29	1993 Juillet	11
33	19	111	43	29	Août	12

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 6

Tableau 6

**Sales and Market Share of Department Stores by
Type of Organization, Canada, 1991 to 1993**

**Ventes et parts de marché des grands magasins par
type d'organisation, Canada, 1991 à 1993**

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai	1,039,352	100.0	541,893	52.1	497,453	47.9
June - Juin	997,228	100.0	535,245	53.7	461,983	46.3
July - Juillet	941,655	100.0	496,894	52.8	444,761	47.2
August - Août	973,888	100.0	522,791	53.7	451,097	46.3
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

Table 7

Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993

January-August

Tableau 7

Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Janvier-août

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	69,265	62,195	-10.2
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	68,234	61,473	-9.9
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	636,669	650,048	+2.1
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	71,542	76,234	+6.6
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	240,907	241,851	+0.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	115,468	113,597	-1.6
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	111,419	111,143	-0.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	150,452	163,909	+8.9
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	92,108	97,672	+6.0
10	Women's hosiery - Bas pour dames	94,408	89,348	-5.4
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	104,369	100,182	-4.0
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	171,193	168,231	-1.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	118,672	112,363	-5.3
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	442,971	437,789	-1.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	97,700	92,273	-5.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	84,271	88,496	+5.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	200,632	209,166	+4.3
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	503,205	518,333	+3.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	68,499	64,660	-5.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	73,821	70,020	-5.1
21	Linen - Linges de maison	323,812	319,264	-1.4
22	Luggage - Bagages	37,328	34,762	-6.9
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	100,121	93,818	-6.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	89,658	83,077	-7.3
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	99,454	88,604	-10.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	62,813	60,157	-4.2
27	Furniture - Meubles	371,998	342,292	-8.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	296,659	280,445	-5.5
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	306,997	302,000	-1.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	292,093	282,494	-3.3
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	256,375	235,779	-8.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	50,101	31,115	-37.9
33	Jewellery - Bijouterie	133,976	133,826	-0.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	142,427	131,443	-7.7
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	214,942	209,097	-2.7
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	209,727	196,197	-6.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	95,466	87,734	-8.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	143,682	132,643	-7.7
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	201,788	194,739	-3.5
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	437,781	452,528	+3.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	7,383,001	7,221,000	-2.2

Table 8

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993

Tableau 8

Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		July	August	July	August	Aug. 1993/ July 1993	August 1993/1992
		Juillet	Août	Juillet	Août	Août 1993/ juillet 1993	Août 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	37,118	36,750	33,006	39,475	+ 19.6	+ 7.4
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	39,891	55,295	37,180	55,530	+ 49.4	+ 0.4
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	363,440	379,832	372,381	421,213	+ 13.1	+ 10.9
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	42,870	38,140	42,815	43,014	+ 0.5	+ 12.8
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	153,450	172,622	163,208	182,823	+ 12.0	+ 5.9
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	80,572	92,981	85,846	90,173	+ 5.0	- 3.0
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	78,826	83,502	74,282	80,006	+ 7.7	- 4.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	114,497	111,747	117,377	116,357	- 0.9	+ 4.1
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	87,565	93,191	88,602	97,553	+ 10.1	+ 4.7
10	Women's hosiery - Bas pour dames	68,927	79,280	78,159	82,897	+ 6.1	+ 4.6
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	74,287	87,881	72,808	82,932	+ 13.9	- 5.6
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	125,897	135,618	124,927	136,832	+ 9.5	+ 0.9
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	89,140	94,571	85,854	101,776	+ 18.5	+ 7.6
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	303,272	308,154	322,358	340,116	+ 5.5	+ 10.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	66,977	66,890	66,244	70,164	+ 5.9	+ 4.9
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	70,523	74,929	69,593	74,476	+ 7.0	- 0.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	44,858	49,532	47,963	48,676	+ 1.5	- 1.7
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	357,876	364,560	349,029	368,095	+ 5.5	+ 1.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	53,475	52,618	50,517	49,470	- 2.1	- 6.0
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	84,347	84,603	78,246	79,639	+ 1.8	- 5.9
21	Linen - Linges de maison	263,301	254,756	264,592	263,507	- 0.4	+ 3.4
22	Luggage - Bagages	38,193	36,988	32,988	30,204	- 8.4	- 18.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	128,980	128,254	128,616	128,346	- 0.2	+ 0.1
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	74,200	73,045	61,923	62,293	+ 0.6	- 14.7
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	70,186	68,030	66,380	66,289	- 0.1	- 2.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	61,991	59,734	60,046	58,527	- 2.5	- 2.0
27	Furniture - Meubles	176,459	157,819	137,995	128,814	- 6.7	- 18.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	97,936	96,557	78,421	78,636	+ 0.3	- 18.6
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	257,606	264,619	256,553	256,922	+ 0.1	- 2.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	223,442	220,165	229,386	229,370	--	+ 4.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	208,658	199,895	179,550	171,218	- 4.6	- 14.3
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	54,115	54,317	--	--	--	--
33	Jewellery - Bijouterie	181,117	183,660	170,997	178,294	+ 4.3	- 2.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	169,481	197,017	164,481	185,835	+ 13.0	- 5.7
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	182,473	182,212	174,357	176,854	+ 1.4	- 2.9
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	196,633	187,396	202,819	178,313	- 12.1	- 4.8
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	68	552	- 69,761	62,573	64,431	+ 3.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	122,053	129,964	152,741	167,864	+ 9.9	+ 29.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	4,913,185	5,024,887	4,784,816	4,986,933	+ 4.2	- 0.8

Table 9

Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		July Juillet	August Août	July Juillet	August Août
1	Women's and misses' dresses and uniforms	4.68	4.96	4.22	6.12
2	Women's and misses' coats and suits	8.67	7.33	10.53	9.21
3	Women's and misses' casual wear	4.48	4.06	4.46	4.92
4	Nursery equipment	4.38	4.26	4.17	4.77
5	Infants' and children's wear	5.56	4.05	6.00	4.52
6	Girls' wear	6.45	3.39	6.89	3.20
7	Lingerie and women's sleepwear	5.40	5.41	5.02	5.37
8	Intimate apparel	5.53	5.17	5.27	4.94
9	Athletic footwear	8.10	4.88	7.67	5.03
10	Women's hosiery	7.49	7.26	9.13	8.77
11	Women's accessories	5.90	6.28	6.21	7.33
12	Women's, misses', girls and children's footwear	6.42	5.52	6.38	6.11
13	Men's coats, suits and dress pants	7.27	6.90	7.36	8.18
14	Men's casual wear and furnishings	5.45	4.48	5.72	5.34
15	Boys' clothing and furnishings	6.95	2.65	7.25	2.99
16	Men's and boys' footwear	7.20	6.41	6.82	6.20
17	Food and kindred products	1.87	2.33	2.10	2.38
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.61	5.82	5.43	6.01
19	Photographic equipment and supplies	5.19	5.23	5.19	5.44
20	Sewing supplies, notions and piece goods	9.08	8.49	8.63	9.12
21	Linen	5.31	5.32	5.57	5.78
22	Luggage	7.29	4.39	7.10	3.59
23	China, crystal, glassware and silverware	9.25	9.13	10.45	10.71
24	Floor coverings	5.90	5.70	5.42	5.93
25	Draperies and furniture coverings	4.68	5.07	5.21	6.00
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.42	7.07	7.63	7.07
27	Furniture	3.19	3.23	2.69	3.03
28	Major appliances	2.21	2.26	1.72	1.80
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.)	5.89	5.98	6.63	6.60
30	Housewares and small electrical appliances	5.01	5.50	5.56	6.20
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.71	7.03	5.39	6.63
32	Plumbing, heating and building materials	7.87	7.84	--	--
33	Jewellery	10.20	9.26	10.15	9.68
34	Toys and games	8.57	11.02	9.10	12.01
35	Sports equipment and athletic apparel	5.66	8.53	5.52	9.35
36	Stationery, books and office equipment	7.89	4.55	9.09	4.32
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	4.64	5.41	4.74	5.90
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	2.31	2.66	2.45	3.22
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	5.06	4.83	5.08	5.12

Tableau 9

Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
July Juillet	August Août	July Juillet	August Août		
0.20	0.20	0.23	0.18	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.13	0.16	0.11	0.13	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.22	0.25	0.23	0.22	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.24	0.22	0.24	0.21	Articles de chambres d'enfants	4
0.19	0.26	0.18	0.23	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.17	0.32	0.16	0.32	Vêtements de fillettes	6
0.19	0.19	0.20	0.19	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.19	0.19	0.19	0.20	Sous-vêtements	8
0.12	0.21	0.13	0.21	Chaussures athlétiques	9
0.13	0.15	0.11	0.12	Bas pour dames	10
0.17	0.17	0.17	0.15	Articles de parure pour dames	11
0.16	0.19	0.16	0.17	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.14	0.15	0.14	0.13	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.19	0.23	0.18	0.19	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.17	0.38	0.16	0.34	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.14	0.16	0.15	0.17	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.51	0.45	0.46	0.42	Produits alimentaires et connexes	17
0.18	0.17	0.18	0.17	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.19	0.19	0.19	0.18	Appareils et fournitures photographiques	19
0.11	0.12	0.11	0.11	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.19	0.19	0.18	0.17	Linges de maison	21
0.14	0.22	0.15	0.27	Bagages	22
0.11	0.11	0.10	0.09	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.17	0.17	0.18	0.17	Revêtements de plancher	24
0.21	0.19	0.18	0.17	Tentures et housses	25
0.15	0.14	0.13	0.14	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.29	0.35	0.32	Meubles	27
0.49	0.44	0.58	0.55	Gros appareils ménagers	28
0.17	0.17	0.15	0.15	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.20	0.18	0.18	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.17	0.14	0.18	0.15	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.13	0.13	--	--	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.10	0.11	0.10	0.11	Bijouterie	33
0.12	0.10	0.11	0.09	Jouets et jeux	34
0.17	0.12	0.17	0.11	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.13	0.21	0.11	0.22	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.21	0.18	0.20	0.17	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	39
0.42	0.39	0.46	0.33	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.20	0.21	0.20	0.20	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

Table 10

Tableau 10

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted
and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993

Stocks mensuels des grands magasins, non
désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à
1993

Period	Unadjusted change	Year/year percent	Seasonally adjusted change	Month/month percent
Période	Non désaisonnalisés	Variation en pourcentage année/année	Désaison- né	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+3.2	4,833,184	+2.2
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,800,535	+0.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,809,863	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,881,953	+1.5
August - Août	4,934,391	+6.0	4,960,839	+1.6
September - Septembre	5,322,391	+4.6	5,011,295	+1.0
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,003,808	+0.1
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+3.6
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,863,053	+1.8
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,935,682	+1.5
May - Mai	5,033,509	+4.7	4,994,546	+1.2
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,066,083	+1.4
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,121,160	+1.8
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,153,243	+0.6
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,159,330	+0.1
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,186,021	+0.5
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,253,267	+1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,319,911	+1.3
February - Février	4,771,534	+10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,207,643	+2.0
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,201,869	+0.7
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,099,885	+1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,095,335	-0.1
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,059,403	-0.7
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,070,672	+0.2
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,051,565	-0.4
July - Juillet	4,784,816	-2.6	5,036,361	-0.3
August - Août	4,986,933	-0.8	5,050,789	+0.3

Table 11

Tableau 11

**Department Stores' Month-end Accounts
Receivable¹, Unadjusted and Seasonally
Adjusted, Canada, 1991 to 1993**

**Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et
désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois,
Canada, 1991 à 1993**

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars – milliers de dollars			per cent – pourcentage	
Unadjusted – Non désaisonnalisés					
January – Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February – Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	-1.2
March – Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.2	-0.5
April – Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+1.9	+2.3
May – Mai	3,008,348	2,351,267	2,368,883	+0.8	+0.7
June – Juin	3,090,219	2,368,098	2,343,887	-1.1	-1.0
July – Juillet	3,142,018	2,280,713	2,363,721	+0.8	+3.6
August – Août	2,867,844	2,319,434	2,383,613	+0.8	+2.8
September – Septembre	3,012,999	2,333,357			
October – Octobre	3,181,246	2,377,907			
November – Novembre	3,218,605	2,444,593			
December – Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars – millions de dollars				
Seasonally adjusted – Désaisonnalisés					
January – Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+2.5	-2.5
February – Février	2,791.0	2,493.0	2,479.0	-2.1	-0.6
March – Mars	3,245.0	2,454.0	2,455.0	-1.0	--
April – Avril	3,058.0	2,411.0	2,467.0	+0.5	+2.3
May – Mai	3,104.0	2,418.0	2,442.0	-1.0	+1.0
June – Juin	3,132.0	2,400.0	2,427.0	-0.6	+1.1
July – Juillet	3,261.0	2,367.0	2,447.0	+0.9	+3.4
August – Août	2,993.0	2,406.0	2,454.0	+0.3	+2.0
September – Septembre	3,024.0	2,343.0			
October – Octobre	3,120.0	2,334.0			
November – Novembre	3,004.0	2,281.0			
December – Décembre	2,536.0	2,470.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data includes the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (closed)

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (fermé)

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Text Table I

**Measures of Reliability, Department Stores,
Canada, 1993 – August 1993**

Tableau explicatif I

**Mesure de la fiabilité, grands magasins,
Canada, 1993 – Août 1993**

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités orga- nisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	87.5	98.8	99.9
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	87.5	99.9
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	...	75.0	99.9
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	99.9

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READINGSelected Publications
from Statistics Canada**LECTURES SUGGÉRÉES**Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	Commerce de détail, mensuel, bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.	63-007
Retail Chain and Department stores, Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada, annuel, bilingue.	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual.	Librairies de campus, annuel, bilingue.	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual.	Commerce de détail, annuel, bilingue.	63-223
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:**PHONE:****FAX TO:****METHOD OF PAYMENT:**

Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or
MasterCard. Outside
Canada and the U.S. call
(613) 951-7277. Please
do not send confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

Company

Department

Attention

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that all information is completed.

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

☐ Bill me later (Pre-payment required for all publications
except subscriptions. Maximum credit \$500.)

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Catalogue
Number

Title

Date of
Issue
or
Indicate an
"S" for
subscriptions

Annual Subscription
or Book Price

Canada
\$

United
States
US\$

Other
Countries
US\$

Quantity

Total
\$

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds
drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093022

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**MODALITÉS DE PAIEMENT:**

Division de la
commercialisation
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte☐ VISA☐ MasterCard

N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

 Païement inclus

Veillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

 Envoyez-moi la facture plus tard (Un acompte est exigé pour toutes les publications commandées, sauf pour les abonnements. Un crédit maximum de 500 \$.)

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093022

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

THE COMPLETE PICTURE ON SURFACE AND MARINE

TRANSPORTATION

SAVE 20% WHEN YOU INVEST IN 4 LEADING EDGE PUBLICATIONS

Deregulation, free trade and global integration all affect the face of the transportation industry — and make it essential to stay on top of all aspects of the industry.

When all the rules are changing, data on how the industry is evolving is crucial. And Statistics Canada has put together a special 4-publication package of data you can count on for information on all areas of surface and marine transportation.

Trucking in Canada

A complete analytical overview of changes in the industry and specific statistics on everything from Canada-U.S. trucking traffic to fuel use are covered in this annual publication.

Cat. No. 53-222. Annual. \$45 (plus GST) in Canada, US\$54 in the United States, and US\$63 in other countries.

Rail in Canada

Includes an overview of the structure and activity of the rail industry. The financial, operating and commodity statistics provide a comprehensive framework for intermodal comparisons. And data on the origin and destination of international commodity movements are vital for studying the effects of free trade and other global developments.

Cat. No. 52-216. Annual. \$45 (plus GST) in Canada, US\$54 in the United States, and US\$63 in other countries.

Shipping in Canada

Major indicators on vessel traffic and port traffic data (including 41 commodity groups, containerized cargo and the ports of origin and destination).

Cat. No. 54-205. Annual. \$41 (plus GST) in Canada, US\$49 in the United States, and US\$57 in other countries.

Surface and Marine Transport Bulletin

Eight issues a year keep you informed on the latest transportation statistics, including the Quarterly Motor Carrier Freight data. And much more.

Cat. No. 50-002. Eight issues per year. \$75 (plus GST) in Canada, US\$90 in the United States, and US\$105 in other countries.

The Special Transportation Package

will keep you up-to-date on new trends, industry comparisons and leading indicators.

Best of all, you save 20% when you invest in all four publications! Order the *Special Transportation Package* and pay only \$165 (plus GST) in Canada, US\$198 in the U.S. and US\$230 in other countries. Quote package number 10-234.

To order write:

Marketing Division, Publication Sales, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

For faster ordering, call 1 800 267-6677, or fax (613) 951-1584.

Or contact the Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

POUR TOUT SAVOIR SUR LES

TRANSPORT

MARITIME ET TERRESTRE

ÉPARGNEZ 20 % À L'ACHAT DE QUATRE PUBLICATIONS D'AVANT-GARDE

La déréglementation, le libre-échange et l'intégration globale sont tous des facteurs qui influent sur le secteur des transports. Il est donc essentiel de suivre l'évolution de tous les aspects de ce secteur.

Il est crucial de posséder des données sur l'évolution d'un secteur lorsque celui-ci fait l'objet d'une déréglementation. Statistique Canada a créé une série spéciale de quatre publications qui présentent des données sur tous les aspects des transports maritime et terrestre.

Le camionnage au Canada

Cette publication comporte une analyse détaillée de l'évolution de ce secteur d'activité, ainsi que des statistiques précises sur des sujets variés, du trafic entre le Canada et les États-Unis à la consommation de carburant.

Publication annuelle n° 53-222 au catalogue. 45 \$ (TPS en sus) au Canada, 54 \$ US aux États-Unis et 63 \$ US dans les autres pays.

Le transport ferroviaire au Canada

Cette publication présente un aperçu de la structure et des activités du secteur du transport ferroviaire. Les données détaillées sur les finances, l'exploitation et les marchandises transportées permettent d'établir des comparaisons entre les différents modes de transport. Par ailleurs, les données sur l'origine et la destination des mouvements internationaux de marchandises sont essentielles à l'étude des effets du libre-échange et d'autres événements internationaux.

Publication annuelle n° 52-216 au catalogue. 45 \$ (TPS en sus) au Canada, 54 \$ US aux États-Unis et 63 \$ US dans les autres pays.

Le transport maritime au Canada

La publication présente d'importants indicateurs sur le trafic des navires et le trafic portuaire (y compris 41 groupes de marchandises, le fret conteneurisé ainsi que les ports d'origine et de destination).

Publication annuelle n° 54-205 au catalogue. 41 \$ (TPS en sus) au Canada, 49 \$ US aux États-Unis et 57 \$ US dans les autres pays.

Bulletin de service sur les transports terrestre et maritime

Dans les huit numéros, vous trouverez les statistiques les plus récentes sur les transports, ainsi que les données de l'Enquête trimestrielle sur les transporteurs routiers de marchandises, et plus encore.

Publication n° 50-002 au catalogue. Huit numéros par année au coût de 75 \$ (TPS en sus) au Canada, 90 \$ US aux États-Unis et 105 \$ US dans les autres pays.

Grâce à cette série spéciale de publications sur les transports

vous serez informé des nouvelles tendances, des comparaisons établies et des indicateurs clés.

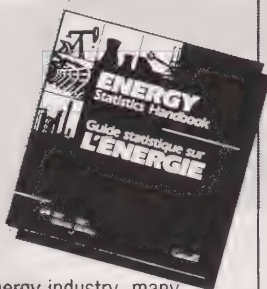
En plus, vous obtenez un rabais de 20 % à l'achat des quatre publications. Commandez la *série spéciale sur les transports* et ne payez que 165 \$ (TPS en sus) au Canada, 198 \$ US aux États-Unis et 230 \$ US dans les autres pays. Citez la série n° 10-234.

Pour commander, écrivez à :

Division de la commercialisation, Vente des publications, Statistique Canada,
Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Pour commander plus rapidement, composez le
1-800-267-6677 ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Vous pouvez
également vous adresser à l'un des centres régionaux de consultation de
Statistique Canada qui figurent dans la publication.

DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The *Energy Statistics Handbook* is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the *Energy Statistics Handbook* to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the *Energy Statistics Handbook* today!

The *Energy Statistics Handbook* (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.



Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call 1-800-267-6677 and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le *Guide statistique de l'énergie* est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le *Guide statistique de l'énergie* pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au *Guide statistique de l'énergie*!

Le *Guide statistique de l'énergie* (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

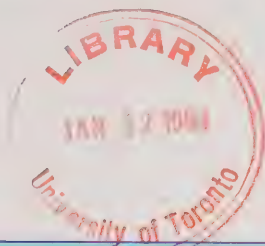
Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.

Department store sales and stocks

September 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1993



Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on-line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656)
or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(1-800-565-7192)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

September 1993

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1994

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

January 1994

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually
United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually
Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1994

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Janvier 1994

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année
États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année
Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» – «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 – 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5

Table

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993	7
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	8
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	10
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	12
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	15
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	16
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	17
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	18
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	20
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	21

Table des matières

	Page
Points saillants	5

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	15
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	16
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	17
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	18
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	20
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	21

TABLE OF CONTENTS – Concluded

	Page
Appendix	
I. Scope of the Survey	23
Data Quality and Methodology	24
Explanatory Notes	24
II. List of Department Store Organisations	26
Text Table	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	27
For further reading	28

TABLE DES MATIÈRES – fin

	Page
Appendice	
I. Champ de l'enquête	23
Qualités des données et méthodologie	24
Notes explicatives	24
II. Liste des organisations des grands magasins	26
Tableau explicatif	
I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
Lectures suggérées	28

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,059 million in September 1993, an increase of 0.8% from the previous month's total (revised) of \$1,051 million.
- The 0.8% sales increase in September 1993 was the second consecutive monthly increase.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,033 million at the end of August, a decrease of 0.3% from the August 1993 value (revised) of \$5,047 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour septembre 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,059 millions, une augmentation de 0.8% par rapport à l'estimation révisée d'août (\$1,051 millions).
- L'augmentation de 0.8% dans les ventes, en septembre, représente une deuxième hausse mensuelle consécutive.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une diminution de 0.3% par rapport au mois précédent (\$5,033 millions, chiffres révisés) et s'élevait à la fin d'août 1993 à \$5,047 millions.

Table 1

Tableau 1

**Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993**

**Ventes mensuelles des grands magasins, non
désaisonnalisées par rayon, Canada, 1992-1993**

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change 1993 Variation
		August	September	August	September	September 1993/1992
		Août	Septembre	Août	Septembre	Septembre 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	7,414	7,299	6,451	7,222	-1.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	7,549	15,830	6,029	14,894	-5.9
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	93,603	99,785	85,581	106,704	+6.9
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	8,956	8,399	9,013	9,239	+10.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	42,642	42,584	40,489	46,843	+10.0
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	27,403	19,804	28,170	20,721	+4.6
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	15,438	15,500	14,906	15,632	+0.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	21,620	23,334	23,574	22,191	-4.9
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	19,099	15,012	19,381	15,936	+6.2
10	Women's hosiery - Bas pour dames	10,925	14,818	9,451	15,517	+4.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	13,984	16,660	11,315	15,151	-9.1
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	24,575	28,843	22,407	28,361	-1.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13,711	17,824	12,448	17,520	-1.7
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	68,845	63,624	63,730	65,586	+3.1
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	25,269	17,406	23,506	18,407	+5.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	11,696	13,632	12,014	13,948	+2.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	21,244	23,659	20,476	23,305	-1.5
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	62,650	70,220	61,265	74,382	+5.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	10,059	9,679	9,101	8,501	-12.2
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	9,969	11,202	8,735	11,103	-0.9
21	Linen - Linges de maison	47,929	43,701	45,598	47,250	+8.1
22	Luggage - Bagages	8,423	6,340	8,403	5,325	-16.0
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	14,040	13,148	11,989	11,916	-9.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	12,805	13,523	10,500	12,389	-8.4
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	13,418	12,952	11,057	12,543	-3.2
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	8,452	8,987	8,276	8,940	-0.5
27	Furniture - Meubles	48,856	48,254	42,495	47,469	-1.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	42,793	45,116	43,578	40,837	-9.5
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	44,277	46,102	38,929	44,955	-2.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	40,005	40,507	36,976	41,075	+1.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	28,437	29,315	25,809	26,280	-10.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	6,924	7,593	--	--	--
33	Jewellery - Bijouterie	19,839	19,757	18,416	19,362	-2.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	17,879	18,985	15,479	18,547	-2.3
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	21,360	15,725	18,920	14,727	-6.3
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	41,198	32,650	41,236	28,734	-12.0
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	12,523	13,591	10,919	12,791	-5.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	18,334	17,651	16,263	16,481	-6.6
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	27,019	27,562	28,859	28,162	+2.2
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	48,874	49,246	52,146	53,490	+8.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,040,038	1,045,815	973,888	1,042,437	-0.3

Table 2

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars - milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1992 August	578,088	x	x	11,568	x	104,434
2	September	594,060	x	x	11,634	x	105,811
3	January-September	4,631,841	x	x	91,390	x	833,729
4	1993 August	522,791	x	x	11,485	x	99,714
5	September	572,754	x	x	12,559	x	110,032
6	January-September	4,412,888	x	x	91,851	x	837,660
	Percentage change						
7	September 1993/1992	-3.6	x	x	+ 8.0	x	+ 4.0
8	January-September 1993/1992	-4.7	x	x	+ 0.5	x	+ 0.5
	Junior department stores						
9	1992 August	461,949	x	x	23,316	x	85,634
10	September	451,756	x	x	21,785	x	76,329
11	January-September	3,796,976	x	x	178,502	x	734,720
12	1993 August	451,097	x	x	22,719	x	79,964
13	September	469,683	x	x	22,523	x	77,854
14	January-September	3,850,549	x	x	182,607	x	691,687
	Percentage change						
15	September 1993/1992	+ 4.0	x	x	+ 3.4	x	+ 2.0
16	January-September 1993/1992	+ 1.4	x	x	+ 2.3	x	-5.9
	Total, all department stores						
17	1992 August	1,040,038	15,484	4,606	34,884	23,728	190,068
18	September	1,045,815	14,316	4,122	33,419	23,343	182,140
19	January-September	8,428,817	111,626	34,387	269,891	183,778	1,568,449
20	1993 August	973,888	15,029	4,498	34,205	22,797	179,678
21	September	1,042,437	14,099	4,403	35,082	24,597	187,886
22	January-September	8,263,436	113,213	33,894	274,458	184,069	1,529,348
	Percentage change						
23	September 1993/1992	-0.3	-1.5	+ 6.8	+ 5.0	+ 5.4	+ 3.2
24	January-September 1993/1992	-2.0	+ 1.4	-1.4	+ 1.7	+ 0.2	-2.5

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 2
Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie-Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars – milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
226,847	23,674	x	78,349	108,889	1992 Août	1
236,468	24,021	x	76,119	115,834	Septembre	2
1,857,444	196,768	x	605,522	855,471	Janvier-septembre	3
206,461	23,026	x	66,168	91,869	1993 Août	4
242,203	24,631	x	63,640	95,070	Septembre	5
1,779,174	188,862	x	552,255	774,203	Janvier-septembre	6
Variation procentuelle						
+ 2.4	+ 2.5	x	-16.4	-17.9	Septembre 1993/1992	7
-4.2	-4.0	x	-8.8	-9.5	Janvier-septembre 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
194,406	18,666	x	42,228	48,217	1992 Août	9
200,980	17,970	x	39,180	50,246	Septembre	10
1,611,027	153,841	x	334,199	408,846	Janvier-septembre	11
188,530	18,667	x	43,460	50,183	1993 Août	12
206,727	17,809	x	42,930	56,147	Septembre	13
1,665,999	155,904	x	345,613	431,341	Janvier-septembre	14
Variation procentuelle						
+ 2.9	-0.9	x	+ 9.6	+ 11.7	Septembre 1993/1992	15
+ 3.4	+ 1.3	x	+ 3.4	+ 5.5	Janvier-septembre 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
421,253	42,341	29,991	120,576	157,106	1992 Août	17
437,448	41,991	27,658	115,299	166,080	Septembre	18
3,468,471	350,609	237,567	939,721	1,264,317	Janvier-septembre	19
394,991	41,693	29,318	109,628	142,051	1993 Août	20
448,930	42,440	27,213	106,570	151,216	Septembre	21
3,445,173	344,766	235,105	897,868	1,205,544	Janvier-septembre	22
Variation procentuelle						
+ 2.6	+ 1.1	-1.6	-7.6	-8.9	Septembre 1993/1992	23
-0.7	-1.7	-1.0	-4.5	-4.6	Janvier-septembre 1993/1992	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 3

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 August	30,794	35,767	x	19,190	x
2	September	30,968	33,971	x	20,494	x
3	January-September	244,034	271,306	x	165,625	x
4	1993 August	26,462	28,091	x	17,383	x
5	September	26,413	26,726	x	20,279	x
6	January-September	223,964	240,116	x	152,699	x
Percentage change						
7	September 1993/1992	-14.7	-21.3	x	-1.1	x
8	January-September 1993/1992	-8.2	-11.5	x	-7.8	x
Junior department stores						
9	1992 August	11,650	17,513	x	10,132	x
10	September	11,615	15,968	x	10,130	x
11	January-September	98,023	135,770	x	79,873	x
12	1993 August	10,588	18,083	x	10,292	x
13	September	13,751	16,044	x	11,377	x
14	January-September	99,276	139,224	x	90,422	x
Percentage change						
15	September 1993/1992	+ 18.4	+ 0.5	x	+ 12.3	x
16	January-September 1993/1992	+ 1.3	+ 2.5	x	+ 13.2	x
Total, all department stores						
17	1992 August	42,444	53,280	17,182	29,322	104,442
18	September	42,583	49,939	17,136	30,624	100,408
19	January-September	342,057	407,076	138,097	245,498	840,576
20	1993 August	37,050	46,174	16,973	27,675	95,747
21	September	40,164	42,771	18,132	31,655	104,834
22	January-September	323,240	379,339	138,441	243,122	829,807
Percentage change						
23	September 1993/1992	-5.7	-14.4	+ 5.8	+ 3.4	+ 4.4
24	January-September 1993/1992	-5.5	-6.8	+ 0.2	-1.0	-1.3

Tableau 3

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
					Grands magasins traditionnels	
28,091	x	110,948	68,325	x	1992 Août	1
29,157	x	113,933	72,951	x	Septembre	2
228,556	x	903,666	545,579	x	Janvier-septembre	3
23,839	x	99,683	57,202	x	1993 Août	4
27,460	x	115,880	60,703	x	Septembre	5
206,491	x	867,406	488,334	x	Janvier-septembre	6
					Variation procentuelle	
-5.8	x	+ 1.7	-16.8	x	Septembre 1993/1992	7
-9.7	x	-4.0	-10.5	x	Janvier-septembre 1993/1992	8
					Grands magasins populaires	
19,960	x	51,378	14,608	x	1992 Août	9
20,215	x	55,451	16,720	x	Septembre	10
169,306	x	443,829	132,475	x	Janvier-septembre	11
19,940	x	50,714	16,331	x	1993 Août	12
21,015	x	56,937	20,635	x	Septembre	13
167,878	x	464,793	143,319	x	Janvier-septembre	14
					Variation procentuelle	
+ 4.0	x	+ 2.7	+ 23.4	x	Septembre 1993/1992	15
-0.8	x	+ 4.7	+ 8.2	x	Janvier-septembre 1993/1992	16
					Ensemble des grands magasins	
48,052	25,119	162,326	82,933	37,641	1992 Août	17
49,372	24,394	169,384	89,671	37,488	Septembre	32
397,862	211,825	1,347,495	678,053	311,872	Janvier-septembre	19
43,779	24,344	150,397	73,532	37,220	1993 Août	20
48,475	25,358	172,817	81,338	38,332	Septembre	21
374,368	205,637	1,332,199	631,653	306,715	Janvier-septembre	22
					Variation procentuelle	
-1.8	+ 4.0	+ 2.0	-9.3	+ 2.3	Septembre 1993/1992	23
-5.9	-2.9	-1.1	-6.8	-1.7	Janvier-septembre 1993/1992	24

Table 4

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		number - nombre					
	Major department stores						
1	1992 August	329	2	1	12	5	57
2	September	329	2	1	12	5	57
3	1993 August	312	2	1	12	5	58
4	September	311	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 August	553	16	5	31	26	97
6	September	548	16	4	31	25	94
7	1993 August	550	16	4	31	24	96
8	September	560	16	4	31	24	96
	Total, all department stores						
9	1992 August	882	18	6	43	31	154
10	September	877	18	5	43	30	151
11	1993 August	862	18	5	43	29	154
12	September	871	18	5	43	29	154

Table 5

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 August	14	21	7	15	31
2	September	14	21	7	14	31
3	1993 August	13	16	7	12	32
4	September	13	16	7	12	32
	Junior department stores					
5	1992 August	13	18	10	12	35
6	September	13	18	10	12	32
7	1993 August	13	18	10	13	34
8	September	15	18	10	13	34
	Total, all department stores					
9	1992 August	27	39	17	27	66
10	September	27	39	17	26	63
11	1993 August	26	34	17	25	66
12	September	28	34	17	25	66

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 4

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
126	13	12	48	53	1992 Août	1
126	13	12	48	53	Septembre	2
122	13	12	41	46	1993 Août	3
122	13	11	41	46	Septembre	4
					Grands magasins populaires	
224	23	22	48	61	1992 Août	5
225	23	22	47	61	Septembre	6
225	23	23	48	60	1993 Août	7
225	23	23	50	68	Septembre	8
					Ensemble des grands magasins	
350	36	34	96	114	1992 Août	9
351	36	34	95	114	Septembre	10
347	36	35	89	106	1993 Août	11
347	36	34	91	114	Septembre	12

Tableau 5

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
14	7	53	29	12	1992 Août	1
14	7	53	29	12	Septembre	2
12	8	51	25	12	1993 Août	3
11	8	51	25	12	Septembre	4
					Grands magasins populaires	
21	11	61	17	17	1992 Août	5
21	11	62	17	17	Septembre	6
21	11	60	18	17	1993 Août	7
21	11	60	22	17	Septembre	8
					Ensemble des grands magasins	
35	18	114	46	29	1992 Août	9
35	18	115	46	29	Septembre	10
33	19	111	43	29	1993 Août	11
32	19	111	47	29	Septembre	12

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 6

Tableau 6

Sales and Market Share of Department Stores by
Type of Organization, Canada, 1991 to 1993

Ventes et parts de marché des grands magasins par
type d'organisation, Canada, 1991 à 1993

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai	1,039,352	100.0	541,893	52.1	497,453	47.9
June - Juin	997,228	100.0	535,245	53.7	461,983	46.3
July - Juillet	941,655	100.0	496,894	52.8	444,761	47.2
August - Août	973,888	100.0	522,791	53.7	451,097	46.3
September - Septembre	1,042,437	100.0	572,754	54.9	469,683	45.1
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

Table 7

Total Department Store Cumulative Sales, by
Department, Canada, 1992-1993

January-September

Tableau 7

Total des ventes cumulatives des grands magasins, par
rayon, Canada, 1992-1993

Janvier-septembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	76,564	69,417	-9.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	84,064	76,367	-9.2
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	736,453	756,753	+2.8
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	79,940	85,473	+6.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	283,491	288,695	+1.8
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	135,272	134,318	-0.7
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	126,919	126,775	-0.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	173,787	186,100	+7.1
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	107,120	113,608	+6.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	109,226	104,865	-4.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	121,029	115,333	-4.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	200,036	196,592	-1.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	136,497	129,884	-4.8
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	506,595	503,375	-0.6
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	115,105	110,680	-3.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	97,902	102,444	+4.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	224,290	232,471	+3.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	573,425	592,715	+3.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	78,178	73,161	-6.4
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	85,022	81,123	-4.6
21	Linen - Linges de maison	367,513	366,514	-0.3
22	Luggage - Bagages	43,668	40,088	-8.2
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	113,268	105,734	-6.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	103,180	95,465	-7.5
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	112,406	101,147	-10.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	71,800	69,097	-3.8
27	Furniture - Meubles	420,252	389,762	-7.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	341,775	321,282	-6.0
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	353,099	346,954	-1.7
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	332,600	323,569	-2.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	285,689	262,059	-8.3
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	57,694	31,115	-46.1
33	Jewellery - Bijouterie	153,733	153,188	-0.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	161,412	149,989	-7.1
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	230,666	223,824	-3.0
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	242,377	224,931	-7.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	109,056	100,525	-7.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	161,333	149,123	-7.6
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	229,350	222,901	-2.8
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	487,027	506,018	+3.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	8,428,817	8,263,436	-2.0

Table 8
Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Tableau 8
Stocks mensuels des grands magasins, non
désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		August	September	August	September	Sept. 1993/ August 1993	September 1993/1992
		Août	Septembre	Août	Septembre	Sept. 1993/ août 1993	Septembre 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	36,750	42,289	39,475	45,712	+ 15.8	+ 8.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	55,295	73,837	55,530	78,994	+ 42.3	+ 7.0
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	379,832	393,825	421,213	445,425	+ 5.7	+ 13.1
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	38,140	37,999	43,014	42,060	-2.2	+ 10.7
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	172,622	176,210	182,823	188,730	+ 3.2	+ 7.1
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	92,981	87,452	90,173	89,708	-0.5	+ 2.6
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	83,502	97,628	80,006	93,278	+ 16.6	-4.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	111,747	111,346	116,357	120,803	+ 3.8	+ 8.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	93,191	101,223	97,553	96,173	-1.4	-5.0
10	Women's hosiery - Bas pour dames	79,280	74,374	82,897	83,812	+ 1.1	+ 12.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	87,881	106,666	82,932	98,671	+ 19.0	-7.5
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	135,618	146,919	136,832	145,329	+ 6.2	-1.1
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	94,571	115,541	101,776	119,218	+ 17.1	+ 3.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	308,154	324,162	340,116	364,173	+ 7.1	+ 12.3
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	66,890	61,512	70,164	66,686	-5.0	+ 8.4
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	74,929	83,147	74,476	79,218	+ 6.4	-4.7
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	49,532	61,831	48,676	65,111	+ 33.8	+ 5.3
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	364,560	386,053	368,095	391,887	+ 6.5	+ 1.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	52,618	54,686	49,470	49,845	+ 0.8	-8.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	84,603	88,910	79,639	84,350	+ 5.9	-5.1
21	Linen - Linges de maison	254,756	261,210	263,507	282,445	+ 7.2	+ 8.1
22	Luggage - Bagages	36,988	35,331	30,204	28,537	-5.5	-19.2
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	128,254	133,641	128,346	135,520	+ 5.6	+ 1.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	73,045	76,890	62,293	68,526	+ 10.0	-10.9
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	68,030	68,609	66,289	66,756	+ 0.7	-2.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	59,734	60,838	58,527	60,120	+ 2.7	-1.2
27	Furniture - Meubles	157,819	154,204	128,814	128,648	-0.1	-16.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	96,557	96,840	78,636	78,240	-0.5	-19.2
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	264,619	279,775	256,922	267,863	+ 4.3	-4.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	220,165	229,440	229,370	244,597	+ 6.6	+ 6.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	199,895	201,885	171,218	182,115	+ 6.4	-9.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	54,317	54,400	--	--	--	--
33	Jewellery - Bijouterie	183,660	191,698	178,294	189,425	+ 6.2	-1.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	197,017	245,543	185,835	239,602	+ 28.9	-2.4
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	182,212	196,665	176,854	195,540	+ 10.6	-0.6
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	187,396	188,969	178,313	185,208	+ 3.9	-2.0
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	67,761	78,812	64,431	66,908	+ 3.8	-15.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	129,964	134,261	167,864	192,542	+ 14.7	+ 43.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	5,024,887	5,314,625	4,986,933	5,361,775	+ 7.5	+ 0.9

Table 9

Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		August Août	September Septembre	August Août	September Septembre
1	Women's and misses' dresses and uniforms	4.96	5.79	6.12	6.33
2	Women's and misses' coats and suits	7.33	4.66	9.21	5.30
3	Women's and misses' casual wear	4.06	3.95	4.92	4.17
4	Nursery equipment	4.26	4.52	4.77	4.55
5	Infants' and children's wear	4.05	4.14	4.52	4.03
6	Girls' wear	3.39	4.42	3.20	4.33
7	Lingerie and women's sleepwear	5.41	6.30	5.37	5.97
8	Intimate apparel	5.17	4.77	4.94	5.44
9	Athletic footwear	4.88	6.74	5.03	6.03
10	Women's hosiery	7.26	5.02	8.77	5.40
11	Women's accessories	6.28	6.40	7.33	6.51
12	Women's, misses', girls and children's footwear	5.52	5.09	6.11	5.12
13	Men's coats, suits and dress pants	6.90	6.48	8.18	6.80
14	Men's casual wear and furnishings	4.48	5.09	5.34	5.55
15	Boys' clothing and furnishings	2.65	3.53	2.99	3.62
16	Men's and boys' footwear	6.41	6.10	6.20	5.68
17	Food and kindred products	2.33	2.61	2.38	2.79
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.82	5.50	6.01	5.27
19	Photographic equipment and supplies	5.23	5.65	5.44	5.86
20	Sewing supplies, notions and piece goods	8.49	7.94	9.12	7.60
21	Linen	5.32	5.98	5.78	5.98
22	Luggage	4.39	5.57	3.59	5.36
23	China, crystal, glassware and silverware	9.13	10.16	10.71	11.37
24	Floor coverings	5.70	5.69	5.93	5.53
25	Draperies and furniture coverings	5.07	5.30	6.00	5.32
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.07	6.77	7.07	6.72
27	Furniture	3.23	3.20	3.03	2.71
28	Major appliances	2.26	2.15	1.80	1.92
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.)	5.98	6.07	6.60	5.96
30	Housewares and small electrical appliances	5.50	5.66	6.20	5.95
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.03	6.89	6.63	6.93
32	Plumbing, heating and building materials	7.84	7.16	--	--
33	Jewellery	9.26	9.70	9.68	9.78
34	Toys and games	11.02	12.93	12.01	12.92
35	Sports equipment and athletic apparel	8.53	12.51	9.35	13.28
36	Stationery, books and office equipment	4.55	5.79	4.32	6.45
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	5.41	5.80	5.90	5.23
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (include gifts and seasonal)	2.66	2.73	3.22	3.60
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.83	5.08	5.12	5.14

Tableau 9

Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
August Août	September Septembre	August Août	September Septembre		
0.20	0.18	0.18	0.17	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.16	0.25	0.13	0.22	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.25	0.26	0.22	0.25	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.22	0.22	0.21	0.22	Articles de chambres d'enfants	4
0.26	0.24	0.23	0.25	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.32	0.22	0.32	0.23	Vêtements de fillettes	6
0.19	0.17	0.19	0.18	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.19	0.21	0.20	0.19	Sous-vêtements	8
0.21	0.15	0.21	0.16	Chaussures athlétiques	9
0.15	0.19	0.12	0.19	Bas pour dames	10
0.17	0.17	0.15	0.17	Articles de parure pour dames	11
0.19	0.20	0.17	0.20	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.15	0.17	0.13	0.16	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.23	0.20	0.19	0.19	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.38	0.27	0.34	0.27	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.16	0.17	0.17	0.18	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.45	0.42	0.42	0.41	Produits alimentaires et connexes	17
0.17	0.19	0.17	0.20	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.19	0.18	0.18	0.17	Appareils et fournitures photographiques	19
0.12	0.13	0.11	0.14	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.19	0.17	0.17	0.17	Linges de maison	21
0.22	0.18	0.27	0.18	Bagages	22
0.11	0.10	0.09	0.09	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.17	0.18	0.17	0.19	Revêtements de plancher	24
0.19	0.19	0.17	0.19	Tentures et housses	25
0.14	0.15	0.14	0.15	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.29	0.31	0.32	0.37	Meubles	27
0.44	0.47	0.55	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.17	0.17	0.15	0.17	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.18	0.18	0.16	0.17	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.14	0.15	0.15	0.15	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.13	0.14	--	--	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.11	0.11	0.11	0.11	Bijouterie	33
0.10	0.09	0.09	0.09	Jouets et jeux	34
0.12	0.08	0.11	0.08	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.21	0.17	0.22	0.16	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.18	0.19	0.17	0.19	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	39
0.39	0.37	0.33	0.30	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.21	0.20	0.20	0.20	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

Table 10

Tableau 10

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993

Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993

Period Période	Unadjusted change Non désaisonnalisées	Year/year percent Variation en pourcentage année/année	Seasonally adjusted change Désaisonné	Month/month percent Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+3.2	4,833,184	+2.2
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,800,535	+0.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,809,863	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,881,953	+1.5
August - Août	4,934,391	+6.0	4,960,839	+1.6
September - Septembre	5,322,391	+4.6	5,011,295	+1.0
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,003,808	+0.1
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+3.6
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,863,053	+1.8
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,935,682	+1.5
May - Mai	5,033,509	+4.7	4,994,546	+1.2
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,066,083	+1.4
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,121,160	+1.8
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,153,243	+0.6
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,159,330	+0.1
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,186,021	+0.5
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,253,267	+1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,319,911	+1.3
February - Février	4,771,534	+10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,207,643	+2.0
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,201,869	+0.7
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,099,885	+1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,095,335	-0.1
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,059,403	-0.7
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,070,672	+0.2
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,047,988	-0.4
July - Juillet	4,784,816	-2.6	5,033,271	-0.3
August - Août	4,986,933	-0.8	5,047,024	+0.3
September - Septembre	5,361,775	+0.9	5,033,257	-0.3
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 11

Tableau 11

**Department Stores' Month-end Accounts
Receivable¹, Unadjusted and Seasonally
Adjusted, Canada, 1991 to 1993**
**Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et
désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois,
Canada, 1991 à 1993**

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	-1.2
March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.2	-0.5
April - Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+1.9	+2.3
May - Mai	3,008,348	2,351,267	2,368,883	+0.8	+0.7
June - Juin	3,090,219	2,368,098	2,343,887	-1.1	-1.0
July - Juillet	3,142,018	2,280,713	2,363,721	+0.8	+3.6
August - Août	2,867,844	2,319,434	2,383,613	+0.8	+2.8
September - Septembre	3,012,999	2,333,357	2,376,418	-0.3	+1.8
October - Octobre	3,181,246	2,377,907			
November - Novembre	3,218,605	2,444,593			
December - Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+2.5	-2.5
February - Février	2,791.0	2,493.0	2,479.0	-2.1	-0.6
March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,455.0	-1.0	--
April - Avril	3,058.0	2,411.0	2,467.0	+0.5	+2.3
May - Mai	3,104.0	2,418.0	2,442.0	-1.0	+0.9
June - Juin	3,132.0	2,400.0	2,421.0	-0.9	+0.9
July - Juillet	3,261.0	2,367.0	2,436.0	+0.6	+2.9
August - Août	2,993.0	2,406.0	2,434.0	-0.1	+1.2
September - Septembre	3,024.0	2,343.0	2,406.0	-1.2	+2.7
October - Octobre	3,120.0	2,334.0			
November - Novembre	3,004.0	2,281.0			
December - Décembre	2,536.0	2,470.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data includes the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Du à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (closed)

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (fermé)

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Text Table I

Tableau explicatif I

Measures of Reliability, Department Stores,
Canada, 1993 – September 1993

Mesure de la fiabilité, grands magasins,
Canada, 1993 – Septembre 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités orga- nisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	75.0	99.5
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	...	75.0	99.5
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	Commerce de détail, mensuel, bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.	63-007
Retail Chain and Department stores, Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada, annuel, bilingue.	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual.	Librairies de campus, annuel, bilingue.	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual.	Commerce de détail, annuel, bilingue.	63-223
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:

Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)

PHONE:

1-800-267-6677

Charge to VISA or
MasterCard. Outside
Canada and the U.S. call
(613) 951-7277. Please
do not send confirmation.

FAX TO:

(613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

☐ Bill me later (Pre-payment required for all publications
except subscriptions. Maximum credit \$500.)

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Company

Department

Attention

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that all information is completed.

Catalogue
Number

Title

Date of
Issue
or
Indicate an
"S" for
subscriptions

Annual Subscription
or Book Price

Canada
\$

United
States
US\$

Other
Countries
US\$

Quantity

Total
\$

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds
drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093022

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

BON DE COMMANDE

Statistique Canada



Division de la
commercialisation
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

☐ Paiement inclus _____ \$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

 Envoyez-moi la facture plus tard (Un acompte est exigé pour toutes les publications commandées, sauf pour les abonnements. Un crédit maximum de 500 \$.)

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

▶ TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093022

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

PICK A TOPIC ... ANY TOPIC

The 1993 *Statistics Canada Catalogue* is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the *Catalogue* will point you in the right direction.

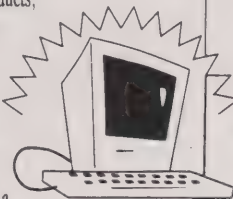
From the most popular topics of the day - like employment, income, trade, and education - to specific research studies - like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas - you'll find it all here.

... the 1993 Statistics Canada Catalogue will help you get your bearings ...

The *Catalogue* puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title - even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The *Catalogue* has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 200 new titles, plus succinct abstracts of the over 900 titles and 7 map series already produced;
- newly released 1991 Census products;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;
- tabs to each section - so you can immediately flip to the information you need.



... time and time again

To make sure that the *Catalogue* stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today - you'll be lost without it.



CHOISISSEZ UN SUJET ... N'IMPORTE LEQUEL

Le *Catalogue de Statistique Canada 1993* est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le *Catalogue* vous mettra sur la bonne piste.

Des sujets actuels les plus populaires - comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation - à des études de recherche spécialisées - comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines - vous trouverez tout dans ce document.

... le *Catalogue de Statistique Canada 1993* vous aidera à vous orienter ...

Le *Catalogue* vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre - les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le *Catalogue* a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

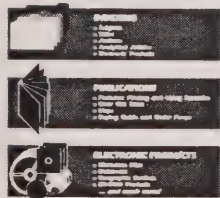
- descriptions de plus de 200 nouveaux titres et courts résumés des 900 titres et plus des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- produits du Recensement de 1991 récemment publié;
- un guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour les produits électroniques et les recherches en direct;
- système d'onglets pour chaque section - pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

... maintes et maintes fois

Pour garantir que le *Catalogue* puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçu pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui - vous ne pourrez plus vous passer de lui.

Statistics Canada
Catalogue
1993



Canada

1993 STATISTICS CANADA CATALOGUE

Only \$13.95 in Canada (US\$17 in the U.S. and US\$20 in other countries). Quote Cat. no. 11-204E.

Write to: Publication Sales,
Statistics Canada,
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Fax: (613) 951-1584
Call toll-free: 1-800-267-6677
Or contact the nearest Statistics
Canada Reference Centre listed in
this publication.



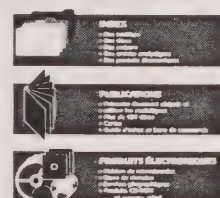
CATALOGUE DE STATISTIQUE CANADA 1993

Seulement 13,95 \$ au Canada (17 \$ US aux États-Unis et 20 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° de catalogue: 11-204E.

Écrivez à : Vente des publications,
Statistique Canada,
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-1584
Appels sans frais : 1-800-267-6677
Ou contactez le Centre régional de
consultation de Statistique Canada le
plus proche (voir la liste figurant dans
la présente publication).

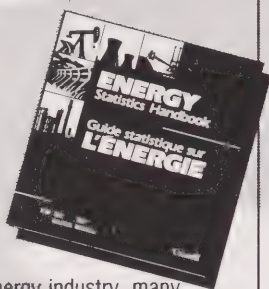
Catalogue de
Statistique Canada
1993



Canada

DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The *Energy Statistics Handbook* is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the *Energy Statistics Handbook* to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the *Energy Statistics Handbook* today!

The *Energy Statistics Handbook* (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.



Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call 1-800-267-6677 and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le *Guide statistique de l'énergie* est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le *Guide statistique de l'énergie* pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au *Guide statistique de l'énergie*!

Le *Guide statistique de l'énergie* (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.

Catalogue 63-002 Monthly

Catalogue 63-002 Mensuel

Department store sales and stocks

October 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1993



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on-line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba, Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinoilingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba, Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

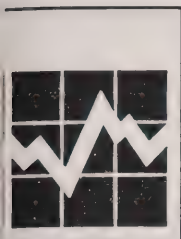
On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

October 1993

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

• Minister of Industry,
Science and Technology, 1994

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

February 1994

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually
United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually
Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

• Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1994

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Février 1994

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année
États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année
Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993	7
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	8
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	10
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	12
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	15
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	16
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	17
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	18
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	20
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	21

Table des matières

	Page
Points saillants	5
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	15
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	16
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	17
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	18
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	20
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	21

TABLE OF CONTENTS – Concluded**TABLE DES MATIÈRES – fin**

	Page		Page
Appendix		Appendice	
I. Scope of the Survey	23	I. Champ de l'enquête	23
Data Quality and Methodology	24	Qualités des données et méthodologie	24
Explanatory Notes	24	Notes explicatives	24
II. List of Department Store Organisations	26	II. Liste des organisations des grands magasins	26
Text Table		Tableau explicatif	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	27	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
For further reading	28	Lectures suggérées	28

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,088 million in October 1993, an increase of 2.2% from the previous month's total (revised) of \$1,065 million.
- The 2.2% sales increase in October 1993 was the third consecutive monthly increase.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,156 million at the end of October, an increase of 1.9% from the September 1993 value (revised) of \$5,060 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour octobre 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,088 millions, une augmentation de 2.2% par rapport à l'estimation révisée d'août (\$1,065 millions).
- L'augmentation de 2.2% dans les ventes, en octobre, représente une troisième hausse mensuelle consécutive.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une augmentation de 1.9% par rapport au mois précédent (\$5,060 millions, chiffre révisé) et s'élevait à la fin d'octobre 1993 à \$5,156 millions.

Table 1

Tableau 1

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Ventes mensuelles des grands magasins, non
désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change Variation
		September	October	September	October	October 1993/1992
		Septembre	Octobre	Septembre	Octobre	Octobre 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	7,299	7,797	7,222	8,055	+ 3.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	15,830	23,831	14,894	23,313	-2.2
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	99,785	96,555	106,704	101,391	+ 5.0
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	8,399	8,389	9,239	8,965	+ 6.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	42,584	43,637	46,843	43,151	-1.1
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	19,804	17,087	20,721	17,640	+ 3.2
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	15,500	18,780	15,632	17,400	-7.4
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	23,334	20,044	22,191	21,813	+ 8.8
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	15,012	10,372	15,936	10,178	-1.9
10	Women's hosiery - Bas pour dames	14,818	16,613	15,517	16,371	-1.5
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	16,660	20,609	15,151	18,034	-12.5
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	28,843	31,581	28,361	29,759	-5.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	17,824	24,677	17,520	22,044	-10.7
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	63,624	68,431	65,586	67,827	-0.9
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	17,406	15,196	18,407	15,102	-0.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	13,632	16,697	13,948	15,888	-4.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	23,659	39,731	23,305	40,961	+ 3.1
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	70,220	71,812	74,382	75,026	+ 4.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	9,679	10,080	8,501	8,797	-12.7
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	11,202	12,976	11,103	13,110	+ 1.0
21	Linen - Linges de maison	43,701	49,557	47,250	47,118	-4.9
22	Luggage - Bagages	6,340	3,719	5,325	3,371	-9.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	13,148	13,622	11,916	12,505	-8.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	13,523	16,234	12,389	15,903	-2.0
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	12,952	14,429	12,543	12,130	-15.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	8,987	9,082	8,940	8,645	-4.8
27	Furniture - Meubles	48,254	49,899	47,469	46,780	-6.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	45,116	43,205	40,837	42,097	-2.6
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	46,102	57,481	44,955	49,302	-14.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	40,507	42,873	41,075	42,128	-1.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	29,315	28,639	26,280	27,131	-5.3
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	7,593	7,196	--	--	--
33	Jewellery - Bijouterie	19,757	20,107	19,362	19,643	-2.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	18,985	44,515	18,547	49,144	+ 10.4
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	15,725	17,707	14,727	15,335	-13.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	32,650	26,267	28,734	23,496	-10.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	13,591	18,581	12,791	16,698	-10.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	17,651	19,732	16,481	18,004	-8.8
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	27,562	29,098	28,162	28,763	-1.2
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	49,246	58,123	53,490	60,608	+ 4.3
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,045,815	1,144,955	1,042,437	1,113,626	-2.7

Table 2

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars - milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1992 September	594,060	x	x	11,634	x	105,811
2	October	629,685	x	x	12,964	x	124,122
3	January-October	5,261,526	x	x	104,354	x	957,850
4	1993 September	572,754	x	x	12,559	x	110,032
5	October	592,481	x	x	13,333	x	120,500
6	January-October	5,005,368	x	x	105,184	x	958,160
	Percentage change						
7	October 1993/1992	-5.9	x	x	+ 2.8	x	-2.9
8	January-October 1993/1992	-4.9	x	x	+ 0.8	x	--
	Junior department stores						
9	1992 September	451,756	x	x	21,785	x	76,329
10	October	515,270	x	x	26,102	x	91,207
11	January-October	4,312,245	x	x	204,604	x	825,927
12	1993 September	469,683	x	x	22,523	x	77,854
13	October	521,145	x	x	26,163	x	90,223
14	January-October	4,371,694	x	x	208,770	x	781,911
	Percentage change						
15	October 1993/1992	+ 1.1	x	x	+ 0.2	x	-1.1
16	January-October 1993/1992	+ 1.4	x	x	+ 2.0	x	-5.3
	Total, all department stores						
17	1992 September	1,045,815	14,316	4,122	33,419	23,343	182,140
18	October	1,144,955	16,010	4,525	39,066	27,175	215,328
19	January-October	9,573,771	127,636	38,912	308,957	210,953	1,783,777
20	1993 September	1,042,437	14,099	4,403	35,082	24,597	187,886
21	October	1,113,626	15,680	4,518	39,497	27,322	210,723
22	January-October	9,377,062	128,893	38,411	313,954	211,391	1,740,071
	Percentage change						
23	October 1993/1992	-2.7	-2.1	-0.2	+ 1.1	+ 0.5	-2.1
24	January-October 1993/1992	-2.1	+ 1.0	-1.3	+ 1.6	+ 0.2	-2.5

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 2

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
236,468	24,021	x	76,119	115,834	1992 Septembre	1
250,049	25,713	x	76,906	113,441	Octobre	2
2,107,493	222,481	x	682,428	968,912	Janvier-octobre	3
242,203	24,631	x	63,640	95,070	1993 Septembre	4
243,709	25,683	x	66,111	96,989	Octobre	5
2,022,883	214,545	x	618,366	871,192	Janvier-octobre	6
Variation procentuelle						
-2.5	-0.1	x	-14.0	-14.5	Octobre 1993/1992	7
-4.0	-3.6	x	-9.4	-10.1	Janvier-octobre 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
200,980	17,970	x	39,180	50,246	1992 Septembre	9
226,794	20,298	x	42,772	55,330	Octobre	10
1,837,820	174,140	x	376,971	464,176	Janvier-octobre	11
206,727	17,809	x	42,930	56,147	1993 Septembre	12
223,452	20,549	x	48,721	60,024	Octobre	13
1,889,450	176,454	x	394,334	491,365	Janvier-octobre	14
Variation procentuelle						
-1.5	+1.2	x	+13.9	+8.5	Octobre 1993/1992	15
+2.8	+1.3	x	+4.6	+5.9	Janvier-octobre 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
437,448	41,991	27,658	115,299	166,080	1992 Septembre	17
476,843	46,011	31,548	119,678	168,771	Octobre	18
3,945,314	396,621	269,115	1,059,399	1,433,089	Janvier-octobre	19
448,930	42,440	27,213	106,570	151,216	1993 Septembre	20
467,160	46,232	30,650	114,832	157,012	Octobre	21
3,912,333	390,998	265,755	1,012,699	1,362,556	Janvier-octobre	22
Variation procentuelle						
-2.0	+0.5	-2.8	-4.0	-7.0	Octobre 1993/1992	23
-0.8	-1.4	-1.2	-4.4	-4.9	Janvier-octobre 1993/1992	24

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 3

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 September	30,968	33,971	x	20,494	x
2	October	31,476	34,180	x	21,703	x
3	January-October	275,510	305,486	x	187,328	x
4	1993 September	26,413	26,726	x	20,279	x
5	October	27,024	28,322	x	20,980	x
6	January-October	250,987	268,438	x	173,680	x
Percentage change						
7	October 1993/1992	-14.1	-17.1	x	-3.3	x
8	January-October 1993/1992	-8.9	-12.1	x	-7.3	x
Junior department stores						
9	1992 September	11,615	15,968	x	10,130	x
10	October	12,520	17,328	x	11,522	x
11	January-October	110,543	153,098	x	91,396	x
12	1993 September	13,751	16,044	x	11,377	x
13	October	15,111	19,051	x	12,584	x
14	January-October	114,387	158,275	x	103,007	x
Percentage change						
15	October 1993/1992	+20.7	+9.9	x	+9.2	x
16	January-October 1993/1992	+3.5	+3.4	x	+12.7	x
Total, all department stores						
17	1992 September	42,583	49,939	17,136	30,624	100,408
18	October	43,996	51,508	19,995	33,226	117,296
19	January-October	386,053	458,584	158,092	278,724	957,871
20	1993 September	40,164	42,771	18,132	31,655	104,834
21	October	42,135	47,373	20,201	33,565	117,781
22	January-October	365,375	426,712	158,642	276,686	947,588
Percentage change						
23	October 1993/1992	-4.2	-8.0	+1.0	+1.0	+0.4
24	January-October 1993/1992	-5.4	-7.0	+0.3	-0.7	-1.1

Tableau 3

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
					Grands magasins traditionnels	
29,157	x	113,933	72,951	x	1992 Septembre	1
31,860	x	120,852	71,335	x	Octobre	2
260,416	x	1,024,519	616,914	x	Janvier-octobre	3
27,460	x	115,880	60,703	x	1993 Septembre	4
29,051	x	116,808	60,776	x	Octobre	5
235,542	x	984,214	549,110	x	Janvier-octobre	6
					Variation procentuelle	
-8.8	x	-3.3	-14.8	x	Octobre 1993/1992	7
-9.6	x	-3.9	-11.0	x	Janvier-octobre 1993/1992	8
					Grands magasins populaires	
20,215	x	55,451	16,720	x	1992 Septembre	9
23,088	x	63,663	17,911	x	Octobre	10
192,394	x	507,492	150,386	x	Janvier-octobre	11
21,015	x	56,937	20,635	x	1993 Septembre	12
24,004	x	66,383	22,293	x	Octobre	13
191,882	x	531,176	165,612	x	Janvier-octobre	14
					Variation procentuelle	
+4.0	x	+4.3	+24.5	x	Octobre 1993/1992	15
-0.3	x	+4.7	+10.1	x	Janvier-octobre 1993/1992	16
					Ensemble des grands magasins	
49,372	24,394	169,384	89,671	37,488	1992 Septembre	17
54,948	29,971	184,515	89,246	40,847	Octobre	32
452,810	241,796	1,532,010	767,300	352,719	Janvier-octobre	19
48,475	25,358	172,817	81,338	38,332	1993 Septembre	20
53,055	30,423	183,190	83,069	41,294	Octobre	21
427,423	236,060	1,515,389	714,722	348,009	Janvier-Octobre	22
					Variation procentuelle	
-3.4	+1.5	-0.7	-6.9	+1.1	Octobre 1993/1992	23
-5.6	-2.4	-1.1	-6.9	-1.3	Janvier-octobre 1993/1992	24

Table 4

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	
			number - nombre				
	Major department stores						
1	1992 September	329	2	1	12	5	57
2	October	331	2	1	12	5	58
3	1993 September	311	2	1	12	5	58
4	October	312	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 September	548	16	4	31	25	94
6	Octobre	550	16	4	31	25	94
7	1993 September	560	16	4	31	24	96
8	October	562	16	4	31	24	97
	Total, all department stores						
9	1992 September	877	18	5	43	30	151
10	October	881	18	5	43	30	152
11	1993 September	871	18	5	43	29	154
12	October	874	18	5	43	29	155

Table 5

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 September	14	21	7	14	31
2	October	14	21	7	14	31
3	1993 September	13	16	7	12	32
4	October	13	17	7	12	32
	Junior department stores					
5	1992 September	13	18	10	12	32
6	October	13	18	10	12	32
7	1993 September	15	18	10	13	34
8	October	15	19	10	13	35
	Total, all department stores					
9	1992 September	27	39	17	26	63
10	October	27	39	17	26	63
11	1993 September	28	34	17	25	66
12	October	28	36	17	25	67

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 4

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ¹ Colombie- Britannique ¹	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
126	13	12	48	53	1992 Septembre	1
127	13	12	48	53	Octobre	2
122	13	11	41	46	1993 Septembre	3
122	13	11	42	46	Octobre	4
					Grands magasins populaires	
225	23	22	47	61	1992 Septembre	5
225	23	23	47	62	Octobre	6
225	23	23	50	68	1993 Septembre	7
225	23	23	51	68	Octobre	8
					Ensemble des grands magasins	
351	36	34	95	114	1992 Septembre	9
352	36	35	95	115	Octobre	10
347	36	34	91	114	1993 Septembre	11
347	36	34	93	114	Octobre	12

Tableau 5

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
14	7	53	29	12	1992 Septembre	1
14	8	53	29	12	Octobre	2
11	8	51	25	12	1993 Septembre	3
11	8	51	25	12	Octobre	4
					Grands magasins populaires	
21	11	62	17	17	1992 Septembre	5
21	11	61	19	17	Octobre	6
21	11	60	22	17	1993 Septembre	7
21	11	60	22	17	Octobre	8
					Ensemble des grands magasins	
35	18	115	46	29	1992 Septembre	9
35	19	114	48	29	Octobre	10
32	19	111	47	29	1993 Septembre	11
32	19	111	47	29	Octobre	12

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 6

Tableau 6

Sales and Market Share of Department Stores by
Type of Organization, Canada, 1991 to 1993Ventes et parts de marché des grands magasins par
type d'organisation, Canada, 1991 à 1993

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai	1,039,352	100.0	541,893	52.1	497,453	47.9
June - Juin	997,228	100.0	535,245	53.7	461,983	46.3
July - Juillet	941,655	100.0	496,894	52.8	444,761	47.2
August - Août	973,888	100.0	522,791	53.7	451,097	46.3
September - Septembre	1,042,437	100.0	572,754	54.9	469,683	45.1
October - Octobre	1,113,626	100.0	592,481	53.2	521,145	46.8
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

Table 7

Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993

January-October

Tableau 7

Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Janvier-octobre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	84,361	77,472	-8.2
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	107,895	99,680	-7.6
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	833,008	858,144	+3.0
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	88,329	94,438	+6.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	327,128	331,846	+1.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	152,359	151,958	-0.3
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	145,699	144,175	-1.0
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	193,830	207,913	+7.3
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	117,492	123,786	+5.4
10	Women's hosiery - Bas pour dames	125,839	121,236	-3.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	141,638	133,368	-5.8
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	231,617	226,351	-2.3
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	161,174	151,928	-5.7
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	575,025	571,202	-0.7
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	130,301	125,782	-3.5
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	114,599	118,331	+3.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	264,021	273,432	+3.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	645,236	667,741	+3.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	88,258	81,957	-7.1
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	97,998	94,233	-3.8
21	Linen - Linges de maison	417,071	413,632	-0.8
22	Luggage - Bagages	47,386	43,459	-8.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	126,890	118,239	-6.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	119,414	111,368	-6.7
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	126,834	113,278	-10.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	80,882	77,742	-3.9
27	Furniture - Meubles	470,151	436,541	-7.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	384,980	363,380	-5.6
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	410,580	396,256	-3.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	375,473	365,696	-2.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	314,328	289,190	-8.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	64,890	31,115	-52.0
33	Jewellery - Bijouterie	173,840	172,831	-0.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	205,927	199,133	-3.3
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	248,373	239,159	-3.7
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	268,644	248,428	-7.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	127,637	117,222	-8.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	181,065	167,127	-7.7
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	258,447	251,664	-2.6
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	545,150	566,627	+3.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	9,573,771	9,377,062	-2.1

Table 8
Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Tableau 8
Stocks mensuels des grands magasins, non
désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		September	October	September	October	Oct. 1993/ September 1993	October 1993/1992
		Septembre	Octobre	Septembre	Octobre	Oct. 1993/ septembre 1993	Octobre 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	42,289	48,889	45,712	53,226	+ 16.4	+ 8.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	73,837	77,655	78,994	81,505	+ 3.2	+ 5.0
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	393,825	424,816	445,425	487,847	+ 9.5	+ 14.8
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	37,999	38,286	42,060	41,509	-1.3	+ 8.4
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	176,210	183,966	188,730	195,554	+ 3.6	+ 6.3
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	87,452	94,390	89,708	97,709	+ 8.9	+ 3.5
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	97,628	116,882	93,278	117,235	+ 25.7	+ 0.3
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	111,346	113,624	120,803	125,056	+ 3.5	+ 10.1
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	101,223	96,405	96,173	94,392	-1.9	-2.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	74,374	78,489	83,812	84,496	+ 0.8	+ 7.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	106,666	122,048	98,671	119,664	+ 21.3	-2.0
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	146,919	150,416	145,329	153,732	+ 5.8	+ 2.2
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	115,541	133,472	119,218	134,359	+ 12.7	+ 0.7
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	324,162	370,853	364,173	426,496	+ 17.1	+ 15.0
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	61,512	64,207	66,686	73,095	+ 9.6	+ 13.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	83,147	87,757	79,218	84,208	+ 6.3	-4.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	61,831	92,583	65,111	84,380	+ 29.6	-8.9
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	386,053	461,586	391,887	477,587	+ 21.9	+ 3.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	54,686	58,641	49,845	55,072	+ 10.5	-6.1
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	88,910	86,045	84,350	84,051	-0.4	-2.3
21	Linen - Linges de maison	261,210	275,041	282,445	307,381	+ 8.8	+ 11.8
22	Luggage - Bagages	35,331	38,410	28,537	31,191	+ 9.3	-18.8
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	133,641	152,805	135,520	150,556	+ 11.1	-1.5
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	76,890	76,310	68,526	68,246	-0.4	-10.6
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	68,609	69,250	66,756	66,524	-0.3	-3.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	60,838	61,957	60,120	64,690	+ 7.6	+ 4.4
27	Furniture - Meubles	154,204	154,933	128,648	127,062	-1.2	-18.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	96,840	99,818	78,240	87,484	+ 11.8	-12.4
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	279,775	323,700	267,863	307,910	+ 15.0	-4.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	229,440	260,123	244,597	267,779	+ 9.5	+ 2.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	201,885	218,691	182,115	196,684	+ 8.0	-10.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	54,400	57,491	--	--	--	--
33	Jewellery - Bijouterie	191,698	219,904	189,425	221,629	+ 17.0	+ 0.8
34	Toys and games - Jouets et jeux	245,543	279,966	239,602	266,034	+ 11.0	-5.0
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	196,665	220,372	195,540	217,285	+ 11.1	-1.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	188,969	220,304	185,208	221,098	+ 19.4	+ 0.4
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	78,812	86,293	66,908	73,312	+ 9.6	-15.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	134,261	192,165	192,542	250,788	+ 30.3	+ 30.5
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	5,314,625	5,908,544	5,361,775	5,996,828	+ 11.8	+ 1.5

Table 9

Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		September Septembre	October Octobre	September Septembre	October Octobre
1	Women's and misses' dresses and uniforms	5.79	6.27	6.33	6.61
2	Women's and misses' coats and suits	4.66	3.26	5.30	3.50
3	Women's and misses' casual wear	3.95	4.40	4.17	4.81
4	Nursery equipment	4.52	4.56	4.55	4.63
5	Infants' and children's wear	4.14	4.22	4.03	4.53
6	Girls' wear	4.42	5.52	4.33	5.54
7	Lingerie and women's sleepwear	6.30	6.22	5.97	6.74
8	Intimate apparel	4.77	5.67	5.44	5.73
9	Athletic footwear	6.74	9.30	6.03	9.27
10	Women's hosiery	5.02	4.72	5.40	5.16
11	Women's accessories	6.40	5.92	6.51	6.64
12	Women's, misses', girls and children's footwear	5.09	4.76	5.12	5.17
13	Men's coats, suits and dress pants	6.48	5.41	6.80	6.10
14	Men's casual wear and furnishings	5.09	5.42	5.55	6.29
15	Boys' clothing and furnishings	3.53	4.23	3.62	4.84
16	Men's and boys' footwear	6.10	5.26	5.68	5.30
17	Food and kindred products	2.61	2.33	2.79	2.06
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.50	6.43	5.27	6.37
19	Photographic equipment and supplies	5.65	5.82	5.86	6.26
20	Sewing supplies, notions and piece goods	7.94	6.63	7.60	6.41
21	Linen	5.98	5.55	5.98	6.52
22	Luggage	5.57	10.33	5.36	9.25
23	China, crystal, glassware and silverware	10.16	11.22	11.37	12.04
24	Floor coverings	5.69	4.70	5.53	4.29
25	Draperies and furniture coverings	5.30	4.80	5.32	5.48
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.77	6.82	6.72	7.48
27	Furniture	3.20	3.10	2.71	2.72
28	Major appliances	2.15	2.31	1.92	2.08
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.)	6.07	5.63	5.96	6.25
30	Housewares and small electrical appliances	5.66	6.07	5.95	6.36
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.89	7.64	6.93	7.25
32	Plumbing, heating and building materials	7.16	7.99	--	--
33	Jewellery	9.70	10.94	9.78	11.28
34	Toys and games	12.93	6.29	12.92	5.41
35	Sports equipment and athletic apparel	12.51	12.45	13.28	14.17
36	Stationery, books and office equipment	5.79	8.39	6.45	9.41
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	5.80	4.64	5.23	4.39
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	2.73	3.31	3.60	4.14
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	5.08	5.16	5.14	5.38

Tableau 9

Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
September Septembre	October Octobre	September Septembre	October Octobre		
0.18	0.17	0.17	0.16	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.25	0.31	0.22	0.29	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.26	0.24	0.25	0.22	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.22	0.22	0.22	0.21	Articles de chambres d'enfants	4
0.24	0.24	0.25	0.22	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.22	0.19	0.23	0.19	Vêtements de fillettes	6
0.17	0.18	0.18	0.17	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.21	0.18	0.19	0.18	Sous-vêtements	8
0.15	0.10	0.16	0.11	Chaussures athlétiques	9
0.19	0.22	0.19	0.19	Bas pour dames	10
0.17	0.18	0.17	0.17	Articles de parure pour dames	11
0.20	0.21	0.20	0.20	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.17	0.20	0.16	0.17	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.20	0.20	0.19	0.17	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.27	0.24	0.27	0.22	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.20	0.18	0.19	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.42	0.51	0.41	0.55	Produits alimentaires et connexes	17
0.19	0.17	0.20	0.17	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.18	0.18	0.17	0.17	Appareils et fournitures photographiques	19
0.13	0.15	0.14	0.16	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.17	0.18	0.17	0.16	Linges de maison	21
0.18	0.10	0.18	0.11	Bagages	22
0.10	0.10	0.09	0.09	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.18	0.21	0.19	0.23	Revêtements de plancher	24
0.19	0.21	0.19	0.18	Tentures et housses	25
0.15	0.15	0.15	0.14	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.31	0.32	0.37	0.37	Meubles	27
0.47	0.44	0.52	0.51	Gros appareils ménagers	28
0.17	0.19	0.17	0.17	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.18	0.18	0.17	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.15	0.14	0.15	0.14	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.14	0.13	--	--	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.11	0.10	0.11	0.10	Bijouterie	33
0.09	0.17	0.09	0.19	Jouets et jeux	34
0.08	0.08	0.08	0.07	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.17	0.13	0.16	0.12	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.19	0.23	0.19	0.24	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	39
0.37	0.36	0.30	0.27	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	40
0.20	0.20	0.20	0.20	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

Table 10

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993

Tableau 10

Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993

Period	Unadjusted change	Year/year percent	Seasonally adjusted change	Month/month percent
Période	Non désaisonnalisés	Variation en pourcentage année/année	Désaisonné	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+3.2	4,833,184	+2.2
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,800,535	+0.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,809,863	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,881,953	+1.5
August - Août	4,934,391	+6.0	4,960,839	+1.6
September - Septembre	5,322,391	+4.6	5,011,295	+1.0
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,003,808	+0.1
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+3.6
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,863,053	+1.8
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,935,682	+1.5
May - Mai	5,033,509	+4.7	4,994,546	+1.2
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,066,083	+1.4
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,121,160	+1.8
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,153,243	+0.6
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,159,330	+0.1
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,186,021	+0.5
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,253,267	+1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,319,911	+1.3
February - Février	4,771,534	+10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,207,643	+2.0
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,201,869	+0.7
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,099,885	+1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,095,335	-0.1
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,059,403	-0.7
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,070,672	+0.2
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,047,988	-0.4
July - Juillet	4,784,816	-2.6	5,044,171	-0.1
August - Août	4,986,933	-0.8	5,060,538	+0.3
September - Septembre	5,361,775	+0.9	5,059,834	--
October - Octobre	5,996,828	+1.5	5,156,187	+1.9

Table 11
Department Stores' Month-end Accounts
Receivable¹, Unadjusted and Seasonally
Adjusted, Canada, 1991 to 1993

Tableau 11
Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et
désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois,
Canada, 1991 à 1993

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	-1.2
March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.2	-0.5
April - Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+1.9	+2.3
May - Mai	3,008,348	2,351,267	2,368,883	+0.8	+0.7
June - Juin	3,090,219	2,368,098	2,343,887	-1.1	-1.0
July - Juillet	3,142,018	2,280,713	2,363,721	+0.8	+3.6
August - Août	2,867,844	2,319,434	2,383,613	+0.8	+2.8
September - Septembre	3,012,999	2,333,357	2,376,418	-0.3	+1.8
October - Octobre	3,181,246	2,377,907	2,440,942	+2.7	+2.7
November - Novembre	3,218,605	2,444,593			
December - Décembre	2,862,420	2,805,367			
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+2.5	-2.5
February - Février	2,791.0	2,493.0	2,479.0	-2.1	-0.6
March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,455.0	-1.0	--
April - Avril	3,058.0	2,411.0	2,467.0	+0.5	+2.3
May - Mai	3,104.0	2,418.0	2,442.0	-1.0	+0.9
June - Juin	3,132.0	2,400.0	2,421.0	-0.9	+0.9
July - Juillet	3,261.0	2,367.0	2,436.0	+0.6	+2.9
August - Août	2,993.0	2,406.0	2,437.0	--	+1.3
September - Septembre	3,024.0	2,343.0	2,411.0	-1.1	+2.9
October - Octobre	3,120.0	2,334.0	2,432.0	+0.9	+4.2
November - Novembre	3,004.0	2,281.0			
December - Décembre	2,536.0	2,470.0			

¹ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.
¹ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data includes the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Note

For reasons of confidentiality, the Yukon and Northwest Territories are included with British Columbia.

Nota

Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (closed)

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (fermé)

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Text Table I

Tableau explicatif I

Measures of Reliability, Department Stores,
Canada, 1993 - October 1993

Mesure de la fiabilité, grands magasins,
Canada, 1993 - Octobre 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités orga- nisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	87.5	99.8
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	75.0	99.8
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READINGSelected Publications
from Statistics Canada**LECTURES SUGGÉRÉES**Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	Commerce de détail, mensuel, bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.	63-007
Retail Chain and Department stores, Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada, annuel, bilingue.	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual.	Librairies de campus, annuel, bilingue.	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual.	Commerce de détail, annuel, bilingue.	63-223
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:**PHONE:****FAX TO:****METHOD OF PAYMENT:**

Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that **all information** is completed.

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada - Publications.

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Catalogue
Number

Title

Date of
Issue
or
Indicate an
"S" for
subscriptions

Annual Subscription
or Book Price

Canada
\$

United
States
US\$

Other
Countries
US\$

Quantity

Total
\$

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**MODALITÉS DE PAIEMENT:**

Division du marketing
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6



1-800-267-6677



(613) 951-1584

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.

VISA, MasterCard et bon de commande seulement
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte VISA MasterCard

N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

 Païement inclus

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

▶ TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1993/1994

1991 CENSUS INCLUDED

*The fastest way to get
off to a good start !*

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The **Market Research Handbook** can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them. It helps you to identify, define and locate your target markets.

Looking for...

... socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

... revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The **Market Research Handbook** has it all... and more. It provides information on:

- 1991 Census information
- personal expenditures on goods and services
- size and composition of households and families
- wages, salaries and employment
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Publication Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.



LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1993/1994

RECENSEMENT DE 1991

Pour partir du bon pied !

Des séances de remue-ménages jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil statistique des études de marché** peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

Vous cherchez...

... des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

... des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le **Recueil** contient tout cela... et plus encore :

- données sur le recensement de 1991
- dépenses personnelles en biens et en services
- taille et composition des ménages et des familles
- traitements, salaires et emploi
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

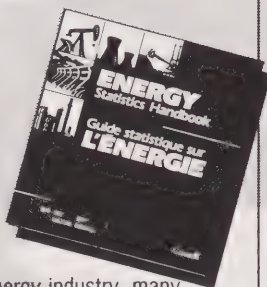
Le **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (plus 7 % de TPS) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Statistique Canada, Division du marketing, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).

Vous pouvez également commander par télécopieur au (613) 951-1584 ou composer sans frais le 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.

DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The **Energy Statistics Handbook** is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

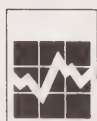
- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the **Energy Statistics Handbook** to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the **Energy Statistics Handbook** today!

The **Energy Statistics Handbook** (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.



Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to **(613) 951-1584**. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call **1-800-267-6677** and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le **Guide statistique de l'énergie** est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le **Guide statistique de l'énergie** pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au **Guide statistique de l'énergie**!

Le **Guide statistique de l'énergie** (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le **1-800-267-6677** et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.

Catalogue 63-002 Monthly

Catalogue 63-002 Mensuel

Department store sales and stocks

November 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1993



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on-line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressés à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Department store sales and stocks

November 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

• Minister of Industry,
Science and Technology, 1994

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

March 1994

Price: Canada: \$14.40 per issue,
\$144.00 annually
United States: US\$17.30 per issue,
US\$173.00 annually
Other Countries: US\$20.20 per issue,
US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

• Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1994

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Mars 1994

Prix : Canada : 14,40 \$ l'exemplaire,
144 \$ par année
États-Unis : 17,30 \$ US l'exemplaire,
173 \$ US par année
Autres pays : 20,20 \$ US l'exemplaire,
202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111,112,113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111,112,113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993	7
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	8
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	10
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	12
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	15
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	16
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	17
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	18
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	20
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	21

Table des matières

	Page
Points saillants	5
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	15
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	16
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	17
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	18
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	20
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	21

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Appendix	
I. Scope of the Survey	23
Data Quality and Methodology	24
Explanatory Notes	24
II. List of Department Store Organisations	26
Text Table	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	27
For further reading	28

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Appendice	
I. Champ de l'enquête	23
Qualités des données et méthodologie	24
Notes explicatives	24
II. Liste des organisations des grands magasins	26
Tableau explicatif	
I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
Lectures suggérées	28

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,053 million in November 1993, a decrease of 3.6% from the previous month's total (revised) of \$1,092 million.
- The 3.6% sales decrease in November followed three consecutive monthly increases.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,164 million at the end of November, unchanged from the October 1993 value (revised) of \$5,166 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour novembre 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,053 millions, une diminution de 3.6% par rapport à l'estimation révisée d'octobre (\$1,092 millions).
- La baisse de 3.6% observée dans les ventes en novembre, fait suite à trois augmentations mensuelles consécutives.
- La valeur des stocks (valeur de vente) est demeurée inchangé en comparaison avec celle du mois précédent (\$5,166 millions, chiffre révisé) et s'élevait à la fin de novembre 1993 à \$5,164 millions.

Table 1

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Tableau 1

Ventes mensuelles des grands magasins, non
désaisonnalisées par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change 1993 Variation
		October	November	October	November	November 1993/1992
		Octobre	Novembre	Octobre	Novembre	Novembre 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	7,797	9,937	8,055	10,650	+ 7.2
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	23,831	24,227	23,313	24,003	-0.9
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	96,555	99,871	101,391	107,235	+ 7.4
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	8,389	8,031	8,965	8,131	+ 1.2
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	43,637	47,820	43,151	47,257	-1.2
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	17,087	21,769	17,640	22,321	+ 2.5
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	18,780	26,697	17,400	27,377	+ 2.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	20,044	19,858	21,813	20,696	+ 4.2
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	10,372	10,307	10,178	10,528	+ 2.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	16,613	16,831	16,371	16,753	-0.5
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	20,609	24,726	18,034	26,061	+ 5.4
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	31,581	34,567	29,759	34,892	+ 0.9
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	24,677	28,997	22,044	28,735	-0.9
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	68,431	98,876	67,876	99,694	+ 0.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15,196	18,729	15,102	19,017	+ 1.5
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	16,697	22,237	15,888	22,438	+ 0.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	39,731	40,627	40,961	38,013	-6.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	71,812	83,790	75,026	84,046	+ 0.3
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	10,080	12,640	8,797	11,227	-11.2
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	12,976	13,377	13,110	12,379	-7.5
21	Linen - Linges de maison	49,557	50,656	47,118	51,816	+ 2.3
22	Luggage - Bagages	3,719	5,034	3,371	4,749	-5.7
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	13,622	20,621	12,505	18,003	-12.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	16,234	15,887	15,903	15,880	0.0
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	14,429	14,077	12,130	11,765	-16.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	9,082	10,256	8,645	10,131	-1.2
27	Furniture - Meubles	49,899	48,854	46,780	45,927	-6.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	43,205	43,051	42,097	39,700	-7.8
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	57,481	79,982	49,302	76,280	-4.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	42,873	48,407	42,128	45,147	-6.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	28,639	36,496	27,131	36,169	-0.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	7,196	6,675	--	--	--
33	Jewellery - Bijouterie	20,107	32,857	19,643	33,686	+ 2.5
34	Toys and games - Jouets et jeux	44,515	69,280	49,144	65,316	-5.7
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	17,707	26,942	15,335	25,459	-5.5
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	26,267	35,756	23,496	34,360	-3.9
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	18,581	18,231	16,698	18,393	+ 0.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	19,732	22,185	18,004	19,891	-10.3
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	27,098	29,331	28,763	30,878	+ 5.3
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	58,123	77,770	60,608	87,074	+ 12.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,144,955	1,356,262	1,113,626	1,342,079	-1.0

See footnote at end of tables.

Voir note à la fin des tableaux.

Table 2

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars - milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1992 October	629,685	x	x	12,964	x	124,122
2	November	753,157	x	x	17,375	x	128,089
3	January-November	6,014,683	x	x	121,728	x	1,085,939
4	1993 October	592,481	x	x	13,333	x	120,500
5	November	720,650	x	x	17,766	x	129,527
6	January-November	6,014,683	x	x	122,950	x	1,087,687
	Percentage change						
7	November 1993/1992	-4.3	x	x	+ 2.3	x	+ 1.1
8	January-November 1993/1992	-4.8	x	x	+ 1.0	x	+ 0.2
	Junior department stores						
9	1992 October	515,270	x	x	26,102	x	91,207
10	November	603,104	x	x	36,393	x	95,056
11	January-November	4,915,350	x	x	240,997	x	920,983
12	1993 October	521,145	x	x	26,163	x	90,223
13	November	621,429	x	x	34,754	x	100,235
14	January-November	4,993,123	x	x	243,524	x	882,146
	Percentage change						
15	November 1993/1992	+ 3.0	x	x	-4.5	x	+ 5.4
16	January-November 1993/1992	+ 1.6	x	x	+ 1.0	x	-4.2
	Total, all department stores						
17	1992 October	1,144,955	16,010	4,525	39,066	27,175	215,328
18	November	1,356,262	22,149	6,368	53,768	36,424	223,144
19	January-November	10,930,033	149,785	45,279	362,725	247,377	2,006,921
20	1993 October	1,113,626	15,680	4,518	39,497	27,322	210,723
21	November	1,342,079	22,205	5,997	52,519	35,920	229,762
22	January-November	10,719,141	151,097	44,409	366,474	247,311	1,969,833
	Percentage change						
23	November 1993/1992	-1.0	+ 0.3	-5.8	-2.3	-1.4	+ 3.0
24	January-November 1993/1992	-1.9	+ 0.9	-1.9	+ 1.0	0.0	-1.8

See footnote at end of tables.

Tableau 2

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie- Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
250,049	25,713	x	76,906	113,441	1992 Octobre	1
308,957	32,007	x	94,057	137,302	Novembre	2
2,416,451	254,488	x	776,485	1,106,214	Janvier-novembre	3
243,709	25,683	x	66,111	96,989	1993 Octobre	4
305,456	31,516	x	82,867	119,055	Novembre	5
2,328,339	246,061	x	701,233	990,246	Janvier-novembre	6
Variation procentuelle						
-1.1	-1.5	x	-11.9	-13.3	Novembre 1993/1992	7
-3.6	-3.3	x	-9.9	-10.5	Janvier-novembre 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
226,794	20,298	x	42,772	55,330	1992 Octobre	9
266,396	24,257	x	49,674	62,833	Novembre	10
2,104,216	198,397	x	426,645	527,009	Janvier-novembre	11
223,452	20,549	x	48,721	60,024	1993 Octobre	12
265,838	24,510	x	57,154	71,014	Novembre	13
2,155,289	200,964	x	451,488	562,379	Janvier-Novembre	14
Variation procentuelle						
-0.2	+1.0	x	+15.1	+13.0	Novembre 1993/1992	15
+2.4	+1.3	x	+5.8	+6.7	Janvier-novembre 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
476,843	46,011	31,548	119,678	168,771	1992 Octobre	17
575,353	56,264	38,927	143,730	200,135	Novembre	18
4,520,666	452,885	308,041	1,203,129	1,633,224	Janvier-novembre	19
467,160	46,232	30,650	114,832	157,012	1993 Octobre	20
571,294	56,026	38,263	140,022	190,069	Novembre	21
4,483,628	447,025	304,018	1,152,721	1,552,626	Janvier-Novembre	22
Variation procentuelle						
-0.7	-0.4	-1.7	-2.6	-5.0	Novembre 1993/1992	23
-0.8	-1.3	-1.3	-4.2	-4.9	Janvier-novembre 1993/1992	24

Voir note à la fin des tableaux.

Table 3

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1	1992 October	31,476	34,180	x	21,703	x
2	November	38,060	41,831	x	27,598	x
3	January-November	313,569	347,317	x	214,927	x
4	1993 October	27,024	28,322	x	20,980	x
5	November	33,641	35,628	x	26,858	x
6	January-November	284,628	304,065	x	200,538	x
Percentage change						
7	November 1993/1992	-11.6	-14.8	x	-2.7	x
8	January-November 1993/1992	-9.2	-12.5	x	-6.7	x
Junior department stores						
9	1992 October	12,520	17,328	x	11,522	x
10	November	13,891	20,468	x	13,614	x
11	January-November	124,434	173,565	x	117,855	x
12	1993 October	15,111	19,051	x	12,584	x
13	November	16,931	21,821	x	14,848	x
14	January-November	131,318	180,096	x	117,855	x
Percentage change						
15	November 1993/1992	+21.9	+6.6	x	+9.1	x
16	January-November 1993/1992	+5.5	+3.8	x	+12.2	x
Total, all department stores						
17	1992 October	43,996	51,508	17,995	33,226	117,296
18	November	51,950	62,298	26,719	41,212	122,389
19	January-November	438,003	520,882	184,811	319,936	1,080,261
20	1993 October	42,135	47,373	20,201	33,565	117,781
21	November	50,572	57,449	26,657	41,706	130,145
22	January-November	415,946	484,161	185,299	318,393	1,077,733
Percentage change						
23	November 1993/1992	-2.7	-7.8	-0.2	+1.2	+6.3
24	January-November 1993/1992	-5.0	-7.0	+0.3	-0.5	-0.2

Tableau 3

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
31,860	x	120,852	71,335	x	1992 Octobre	1
36,936	x	145,897	85,448	x	Novembre	2
297,352	x	1,170,415	702,362	x	Janvier-novembre	3
29,051	x	116,808	60,776	x	1993 Octobre	4
34,157	x	144,582	74,147	x	Novembre	5
269,698	x	1,128,796	623,257	x	Janvier-novembre	6
Variation procentuelle						
-7.5	x	-0.9	-13.2	x	Novembre 1993/1992	7
-9.3	x	-3.6	-11.3	x	Janvier-novembre 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
23,088	x	63,663	17,911	x	1992 Octobre	9
23,656	x	69,682	20,384	x	Novembre	10
218,051	x	577,174	170,769	x	Janvier-novembre	11
24,004	x	66,383	22,293	x	1993 Octobre	12
25,472	x	69,802	26,303	x	Novembre	13
217,354	x	600,978	191,916	x	Janvier-novembre	14
Variation procentuelle						
-0.7	x	+ 0.2	+ 29.0	x	Novembre 1993/1992	15
-0.3	x	+ 4.1	+ 12.4	x	Janvier-novembre 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
54,948	29,971	184,515	89,246	40,847	1992 Octobre	17
62,593	29,500	215,579	105,831	50,088	Novembre	32
515,403	271,296	1,747,589	873,131	402,807	Janvier-novembre	19
53,055	30,423	183,190	83,069	41,294	1993 Octobre	20
59,629	29,272	214,384	100,450	49,850	Novembre	21
487,052	265,331	1,729,773	815,172	397,859	Janvier-novembre	22
Variation procentuelle						
-4.7	-0.8	-0.6	-5.1	-0.5	Novembre 1993/1992	23
-5.5	-2.2	-1.0	-5.1	-1.2	Janvier-novembre 1993/1992	24

Table 4

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		number - nombre					
	Major department stores						
1	1992 October	331	2	1	12	5	58
2	November	331	2	1	12	5	58
3	1993 October	312	2	1	12	5	58
4	November	313	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 October	550	16	4	31	25	94
6	Novembre	551	16	4	31	25	95
7	1993 October	562	16	4	31	24	97
8	November	566	15	4	31	24	99
	Total, all department stores						
9	1992 October	881	18	5	43	30	152
10	November	882	18	5	43	30	153
11	1993 October	874	18	5	43	29	155
12	November	879	17	5	43	29	157

Table 5

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 October	14	21	7	14	31
2	November	14	21	7	14	31
3	1993 October	13	17	7	12	32
4	November	13	18	7	12	32
	Junior department stores					
5	1992 October	13	18	10	12	32
6	November	13	18	10	12	33
7	1993 October	15	19	10	13	35
8	November	15	19	10	13	37
	Total, all department stores					
9	1992 October	27	39	17	26	63
10	November	27	39	17	26	64
11	1993 October	28	36	17	25	67
12	November	28	37	17	25	69

See footnote at end of tables.

Tableau 4

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie- Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
127	13	12	48	53	1992 Octobre	1
127	13	12	48	53	Novembre	2
122	13	11	42	46	1993 Octobre	3
122	13	11	43	46	Novembre	4
					Grands magasins populaires	
225	23	22	47	62	1992 Octobre	5
225	23	23	47	62	Novembre	6
225	23	23	51	66	1993 Octobre	7
226	23	23	52	67	Novembre	8
					Ensemble des grands magasins	
352	36	35	95	115	1992 Octobre	9
352	36	35	95	115	Novembre	10
347	36	34	93	112	1993 Octobre	11
348	36	34	95	113	Novembre	12

Tableau 5

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
14	8	53	29	12	1992 Octobre	1
14	8	53	29	12	Novembre	2
11	8	51	25	12	1993 Octobre	3
11	8	51	25	12	Novembre	4
					Grands magasins populaires	
21	11	61	19	17	1992 Octobre	5
21	11	61	19	17	Novembre	6
21	11	60	22	17	1993 Octobre	7
21	11	61	23	17	Novembre	8
					Ensemble des grands magasins	
35	19	114	48	29	1992 Octobre	9
35	19	114	48	29	Novembre	10
32	19	111	47	29	1993 Octobre	11
32	19	112	48	29	Novembre	12

Voir note à la fin des tableaux.

Table 6

Tableau 6

Sales and Market Share of Department Stores by
Type of Organization, Canada, 1991 to 1993

Ventes et parts de marché des grands magasins par
type d'organisation, Canada, 1991 à 1993

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai	1,039,352	100.0	541,893	52.1	497,453	47.9
June - Juin	997,228	100.0	535,245	53.7	461,983	46.3
July - Juillet	941,655	100.0	496,894	52.8	444,761	47.2
August - Août	973,888	100.0	522,791	53.7	451,097	46.3
September - Septembre	1,042,437	100.0	572,754	54.9	469,683	45.1
October - Octobre	1,113,626	100.0	592,481	53.2	521,145	46.8
November - Novembre	1,342,079	100.0	720,650	53.7	621,429	46.3
December - Décembre						
Year - Année						

Table 7

Total Department Store Cumulative Sales, by
Department, Canada, 1992-1993

January-November

Tableau 7

Total des ventes cumulatives des grands magasins, par
rayon, Canada, 1992-1993

Janvier-novembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	94,298	88,123	-6.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	132,122	123,683	-6.4
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	932,879	965,379	+3.5
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	96,360	102,569	+6.4
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	374,947	379,103	+1.1
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	174,128	174,279	+0.1
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	172,396	171,552	-0.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	213,688	228,609	+7.0
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	127,799	134,314	+5.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	142,670	137,989	-3.3
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	166,364	159,428	-4.2
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	266,184	261,243	-1.9
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	190,171	180,663	-5.0
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	673,902	670,896	-0.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	149,030	144,800	-2.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	136,836	140,769	+2.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	304,648	311,446	+2.2
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	729,027	751,787	+3.1
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	100,898	93,184	-7.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	111,375	106,613	-4.3
21	Linen - Linges de maison	467,727	465,448	-0.5
22	Luggage - Bagages	52,420	48,207	-8.0
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	147,511	136,242	-7.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	135,301	127,248	-6.0
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	140,911	125,043	-11.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	91,139	87,873	-3.6
27	Furniture - Meubles	519,005	436,541	-7.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	428,031	403,079	-5.8
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	490,563	472,537	-3.7
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	423,880	410,844	-3.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	350,824	325,359	-7.3
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	71,564	31,115	-56.5
33	Jewellery - Bijouterie	206,697	206,517	-0.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	275,207	264,449	-3.9
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	275,315	264,618	-3.9
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	304,399	282,788	-7.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	145,869	135,615	-7.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	203,250	187,018	-8.0
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	287,779	282,542	-1.8
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	622,919	653,701	+4.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	10,930,033	10,719,141	-1.9

See footnote at end of tables. - Voir note à la fin des tableaux.

Table 8

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Tableau 8

Stocks mensuels des grands magasins, non
désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		October	November	October	November	November 1993/ October 1993	November 1993/1992
		Octobre	Novembre	Octobre	Novembre	Novembre 1993/ octobre 1993	Octobre 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	48,889	42,340	53,226	49,191	-7.6	+ 16.2
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	77,655	58,997	81,505	62,995	-22.7	+ 6.8
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	424,816	431,946	487,847	485,647	-0.5	+ 12.4
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	38,286	39,256	41,509	40,364	-2.8	+ 2.8
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	183,966	175,290	195,554	179,465	-8.2	+ 2.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	94,390	87,145	97,709	90,960	-6.9	+ 4.4
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	116,882	124,277	117,235	127,908	+ 9.1	+ 2.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	113,624	125,645	125,056	135,505	+ 8.4	+ 8.7
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	96,405	101,765	94,392	106,770	+ 13.1	+ 4.9
10	Women's hosiery - Bas pour dames	78,489	78,958	84,496	85,047	+ 0.7	+ 7.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	122,048	123,657	119,664	118,183	-1.2	-4.4
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	150,416	140,569	153,732	145,033	-5.7	+ 3.2
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	133,472	129,530	134,359	132,479	-1.4	+ 2.3
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	370,853	390,544	426,496	463,761	+ 8.7	+ 18.7
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	64,207	64,172	73,095	71,106	-2.7	+ 10.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	87,757	84,075	84,208	84,768	+ 0.7	+ 0.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	92,583	112,842	84,380	112,504	+ 33.3	-0.3
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	461,586	495,363	477,587	511,121	+ 7.0	+ 3.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	58,641	65,769	55,072	61,536	+ 11.7	-6.4
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	86,045	81,473	84,051	82,691	-1.6	+ 1.5
21	Linen - Linges de maison	275,041	284,090	307,381	313,459	+ 2.0	+ 10.3
22	Luggage - Bagages	38,410	39,164	31,191	34,727	+ 11.3	-11.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	152,805	157,572	150,556	158,862	+ 5.5	+ 0.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	76,310	71,180	68,246	64,325	-5.7	-9.6
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	69,250	68,486	66,524	68,375	+ 2.8	-0.2
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	61,957	63,530	64,690	67,484	+ 4.3	+ 6.2
27	Furniture - Meubles	154,933	147,820	127,062	128,914	+ 1.5	-12.8
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	99,818	107,310	87,484	90,978	+ 4.0	-15.2
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	323,700	350,103	307,910	334,853	+ 8.8	-4.4
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	260,123	284,809	269,779	291,240	+ 8.8	+ 2.3
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	218,691	213,939	196,684	207,041	+ 5.3	-3.2
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	57,491	56,974	--	--	--	--
33	Jewellery - Bijouterie	219,904	246,418	221,629	242,338	+ 9.3	-1.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	279,966	272,283	266,034	259,130	-2.6	-4.8
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	220,372	219,362	217,285	215,370	-0.9	-1.8
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	220,304	235,105	221,098	229,885	+ 4.0	-2.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	86,293	84,229	73,312	72,791	-0.7	-13.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	192,265	192,746	250,788	283,858	+ 13.2	+ 47.3
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	5,908,544	6,047,734	5,996,828	6,210,662	+ 3.6	+ 2.7

See footnote at end of tables. - Voir note à la fin des tableaux.

Table 9

Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		October	November	October	November
		Octobre	Novembre	Octobre	Novembre
1	Women's and misses' dresses and uniforms	6.27	4.26	6.61	4.62
2	Women's and misses' coats and suits	3.26	2.44	3.50	2.62
3	Women's and misses' casual wear	4.40	4.33	4.81	4.53
4	Nursery equipment	4.56	4.89	4.63	4.96
5	Infants' and children's wear	4.22	3.67	4.53	3.80
6	Girls' wear	5.52	4.00	5.54	4.08
7	Lingerie and women's sleepwear	6.22	4.66	6.74	4.67
8	Intimate apparel	5.67	6.28	5.73	6.55
9	Athletic footwear	9.30	9.87	9.27	10.14
10	Women's hosiery	4.72	4.69	5.16	5.08
11	Women's accessories	5.92	5.00	6.64	4.53
12	Women's, misses', girls and children's footwear	4.76	4.07	5.17	4.16
13	Men's coats, suits and dress pants	5.41	4.47	6.10	4.61
14	Men's casual wear and furnishings	5.42	3.95	6.29	4.65
15	Boys' clothing and furnishings	4.23	3.43	4.84	3.74
16	Men's and boys' footwear	5.26	3.78	5.30	3.78
17	Food and kindred products	2.33	2.78	2.06	2.96
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	6.43	5.91	6.37	6.08
19	Photographic equipment and supplies	5.82	5.20	6.26	5.48
20	Sewing supplies, notions and piece goods	6.63	6.09	6.41	6.68
21	Linen	5.55	5.61	6.52	6.05
22	Luggage	10.33	7.78	9.25	7.31
23	China, crystal, glassware and silverware	11.22	7.64	12.04	8.82
24	Floor coverings	4.70	4.48	4.29	4.05
25	Draperies and furniture coverings	4.80	4.87	5.48	5.81
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.82	6.19	7.48	6.66
27	Furniture	3.10	3.03	2.72	2.81
28	Major appliances	2.31	2.49	2.08	2.29
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.)	5.63	4.38	6.25	4.39
30	Housewares and small electrical appliances	6.07	5.88	6.36	6.45
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.64	5.86	7.25	5.72
32	Plumbing, heating and building materials	7.99	8.54	x	x
33	Jewellery	10.94	7.50	11.28	7.19
34	Toys and games	6.29	3.93	5.41	3.97
35	Sports equipment and athletic apparel	12.45	8.14	14.17	8.46
36	Stationery, books and office equipment	8.39	6.58	9.41	6.69
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	4.64	4.62	4.39	3.96
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (include gifts and seasonal) ¹	3.31	2.48	4.14	3.26
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	5.16	4.46	5.38	4.63

See footnote at end of tables.

Tableau 9

Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
October Octobre	November Novembre	October Octobre	November Novembre		
0.17	0.22	0.16	0.21	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.35	0.29	0.33	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.24	0.23	0.22	0.22	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.22	0.21	0.21	0.20	Articles de chambres d'enfants	4
0.24	0.27	0.22	0.25	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.19	0.24	0.19	0.24	Vêtements de fillettes	6
0.18	0.22	0.17	0.22	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.18	0.17	0.18	0.16	Sous-vêtements	8
0.10	0.10	0.11	0.10	Chaussures athlétiques	9
0.22	0.21	0.19	0.20	Bas pour dames	10
0.18	0.20	0.17	0.22	Articles de parure pour dames	11
0.21	0.24	0.20	0.23	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.20	0.22	0.17	0.22	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.20	0.26	0.17	0.22	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.24	0.29	0.22	0.26	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.20	0.26	0.19	0.27	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.51	0.40	0.55	0.39	Produits alimentaires et connexes	17
0.17	0.18	0.17	0.17	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.18	0.20	0.17	0.19	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.16	0.16	0.15	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.18	0.18	0.16	0.17	Linges de maison	21
0.10	0.13	0.11	0.14	Bagages	22
0.10	0.13	0.09	0.12	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.21	0.22	0.23	0.24	Revêtements de plancher	24
0.21	0.20	0.18	0.17	Tentures et housses	25
0.15	0.16	0.14	0.15	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.32	0.32	0.37	0.36	Meubles	27
0.44	0.42	0.51	0.44	Gros appareils ménagers	28
0.19	0.24	0.17	0.24	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.18	0.18	0.16	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.14	0.17	0.14	0.18	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.13	0.12	x	x	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.10	0.14	0.10	0.15	Bijouterie	33
0.17	0.25	0.19	0.25	Jouets et jeux	34
0.08	0.12	0.07	0.12	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.13	0.16	0.12	0.15	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.23	0.21	0.24	0.25	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	39
0.36	0.40	0.27	0.33	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	40
0.20	0.23	0.20	0.22	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

Voir note à la fin des tableaux.

Table 10

Tableau 10

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993

Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993

Period	Unadjusted change	Year/year percent	Seasonally adjusted change	Month/month percent
Période	Non désaisonnalisés	Variation en pourcentage année/année	Désaisonné	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+ 2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+ 3.2	4,833,184	+ 2.2
March - Mars	4,761,241	+ 5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+ 2.3	4,800,535	+ 0.9
May - Mai	4,806,183	+ 2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+ 2.8	4,809,863	+ 0.7
July - Juillet	4,630,744	+ 3.6	4,881,953	+ 1.5
August - Août	4,934,391	+ 6.0	4,960,839	+ 1.6
September - Septembre	5,322,391	+ 4.6	5,011,295	+ 1.0
October - Octobre	5,825,385	+ 3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+ 5.4	5,003,808	+ 0.1
December - Décembre	4,469,159	+ 3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+ 3.6
March - Mars	4,798,359	+ 0.8	4,863,053	+ 1.8
April - Avril	5,053,505	+ 3.3	4,935,682	+ 1.5
May - Mai	5,033,509	+ 4.7	4,994,546	+ 1.2
June - Juin	4,751,518	+ 4.7	5,066,083	+ 1.4
July - Juillet	4,781,942	+ 3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+ 3.4	5,121,160	+ 1.8
September - Septembre	5,483,599	+ 3.0	5,153,243	+ 0.6
October - Octobre	6,042,516	+ 3.7	5,159,330	+ 0.1
November - Novembre	6,193,175	+ 3.2	5,186,021	+ 0.5
December - Décembre	4,855,506	+ 8.6	5,253,267	+ 1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+ 15.0	5,319,911	+ 1.3
February - Février	4,771,534	+ 10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+ 7.0	5,207,643	+ 2.0
April - Avril	5,283,806	+ 4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+ 3.4	5,201,869	+ 0.7
June - Juin	4,888,641	+ 2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+ 2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+ 0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+ 0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+ 0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,099,885	+ 1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,095,335	-0.1
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,059,403	-0.7
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,070,672	+ 0.2
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,047,988	-0.4
July - Juillet	4,784,816	-2.6	5,044,171	-0.1
August - Août	4,986,933	-0.8	5,063,159	+ 0.4
September - Septembre	5,361,775	+ 0.9	5,062,918	--
October - Octobre	5,996,828	+ 1.5	5,166,002	+ 2.0
November - Novembre	6,210,662	+ 2.7	5,164,152	--
December - Décembre				

Table 11

**Department Stores' Month-end Accounts
Receivable³, Unadjusted and Seasonally
Adjusted, Canada, 1991 to 1993**

Tableau 11

**Comptes à recevoir³, non désaisonnalisés et
désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois,
Canada, 1991 à 1993**

Month Mois	1991	1992	1993	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	Change 1993/1992 Variation 1993/1992
			thousands of dollars - milliers de dollars		
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	-1.2
March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.2	-0.5
April - Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+1.9	+2.3
May - Mai	3,008,348	2,351,267	2,368,883	+0.8	+0.7
June - Juin	3,090,219	2,368,098	2,343,887	-1.1	-1.0
July - Juillet	3,142,018	2,280,713	2,363,721	+0.8	+3.6
August - Août	2,867,844	2,319,434	2,383,613	+0.8	+2.8
September - Septembre	3,012,999	2,333,357	2,376,418	-0.3	+1.8
October - Octobre	3,181,246	2,377,907	2,440,942	+2.7	+2.7
November - Novembre	3,218,605	2,444,593	2,621,333	+7.4	+1.1
December - Décembre	2,862,420	2,805,367			
			millions of dollars - millions de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+2.5	-2.5
February - Février	2,791.0	2,493.0	2,479.0	-2.1	-0.6
March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,455.0	-1.0	--
April - Avril	3,058.0	2,411.0	2,467.0	+0.5	+2.3
May - Mai	3,104.0	2,418.0	2,442.0	-1.0	+0.9
June - Juin	3,132.0	2,400.0	2,421.0	-0.9	+0.9
July - Juillet	3,261.0	2,367.0	2,436.0	+0.6	+2.9
August - Août	2,993.0	2,406.0	2,443.0	+0.3	+1.5
September - Septembre	3,024.0	2,343.0	2,416.0	-1.1	+3.1
October - Octobre	3,120.0	2,334.0	2,432.0	+0.7	+4.2
November - Novembre	3,004.0	2,281.0	2,460.0	+1.2	+7.8
December - Décembre	2,536.0	2,470.0			

¹ For reasons of confidentiality, sales from department 32 are now included in Department 40.

¹ Pour des raisons de confidentialité, les ventes du rayon 32 sont désormais incluses avec le rayon 40.

² For reasons of confidentiality, the Yukon and N.W.T. are included with British Columbia.

² Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

³ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

³ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

Total Sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Non-operating revenues bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded.

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les ventes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public.

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data includes the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (closed)

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (fermé)

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Text Table I

Measures of Reliability, Department Stores,
Canada, 1993 – November 1993

Tableau explicatif I

Mesure de la fiabilité, grands magasins,
Canada, 1993 – Novembre 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units Unités orga- nisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	98.8	87.5	99.8
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	87.5	99.7
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	..	75.0	99.7
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	..	100.0	100.0

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READINGSelected Publications
from Statistics Canada**LECTURES SUGGÉRÉES**Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	Commerce de détail, mensuel, bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.	63-007
Retail Chain and Department stores, Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.	63-210
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada, annuel, bilingue.	63-218
Campus Bookstores, Annual, Bilingual.	Librairies de campus, annuel, bilingue.	63-219
Annual Retail Trade, Annual, Bilingual.	Commerce de détail, annuel, bilingue.	63-223
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : \$13.95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:**PHONE:****FAX TO:****METHOD OF PAYMENT:**

Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or
MasterCard. Outside
Canada and the U.S. call
(613) 951-7277. Please
do not send confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that **all information** is completed.

Catalogue
Number

Title

Date of
Issue
or
Indicate an
"S" for
subscriptions

Annual Subscription
or Book Price

Canada
\$

United
States
US\$

Other
Countries
US\$

Quantity

Total
\$

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds
drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

BON DE COMMANDE

Statistique Canada

ENVOYEZ À:



Division du marketing
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)

COMPOSEZ:



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.

TÉLÉCOPIEZ AU :



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte MasterCard

N° de carte

Signature _____

Date d'expiration

 Paiement inclus

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

[illegible]

Veillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

TPS N° R121491807

Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du
Receveur général du Canada – Publications.

Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistique
CanadaStatistics
Canada

Canada

THE COMPLETE PICTURE ON SURFACE AND MARINE

TRANSPORTATION

SAVE 20% WHEN YOU INVEST IN 4 LEADING EDGE PUBLICATIONS

Deregulation, free trade and global integration all affect the face of the transportation industry -- and make it essential to stay on top of all aspects of the industry.

When all the rules are changing, data on how the industry is evolving is crucial. And Statistics Canada has put together a special 4-publication package of data you can count on for information on all areas of surface and marine transportation.

Trucking in Canada

A complete analytical overview of changes in the industry and specific statistics on everything from Canada-U.S. trucking traffic to fuel use are covered in this annual publication.

Cat. No. 53-222. Annual. \$45 (plus GST) in Canada, US\$54 in the United States, and US\$63 in other countries.

Rail in Canada

Includes an overview of the structure and activity of the rail industry. The financial, operating and commodity statistics provide a comprehensive framework for intermodal comparisons. And data on the origin and destination of international commodity movements are vital for studying the effects of free trade and other global developments.

Cat. No. 52-216. Annual. \$45 (plus GST) in Canada, US\$54 in the United States, and US\$63 in other countries.

Shipping in Canada

Major indicators on vessel traffic and port traffic data (including 41 commodity groups, containerized cargo and the ports of origin and destination).

Cat. No. 54-205. Annual. \$41 (plus GST) in Canada, US\$49 in the United States, and US\$57 in other countries.

Surface and Marine Transport Bulletin

Eight issues a year keep you informed on the latest transportation statistics, including the Quarterly Motor Carrier Freight data. And much more.

Cat. No. 50-002. Eight issues per year. \$75 (plus GST) in Canada, US\$90 in the United States, and US\$105 in other countries.

The Special Transportation Package

will keep you up-to-date on new trends, industry comparisons and leading indicators.

Best of all, you save 20% when you invest in all four publications! Order the *Special Transportation Package* and pay only \$165 (plus GST) in Canada, US\$198 in the U.S. and US\$230 in other countries. Quote package number 10-234.

To order write:

Marketing Division, Publication Sales, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

For faster ordering, call 1 800 267-6677, or fax (613) 951-1584.

Or contact the Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

POUR TOUT SAVOIR SUR LES

TRANSPORTS

MARITIME ET TERRESTRE

ÉPARGNEZ 20 % À L'ACHAT DE QUATRE PUBLICATIONS D'AVANT-GARDE

La déréglementation, le libre-échange et l'intégration globale sont tous des facteurs qui influent sur le secteur des transports. Il est donc essentiel de suivre l'évolution de tous les aspects de ce secteur.

Il est crucial de posséder des données sur l'évolution d'un secteur lorsque celui-ci fait l'objet d'une déréglementation. Statistique Canada a créé une série spéciale de quatre publications qui présentent des données sur tous les aspects des transports maritime et terrestre.

Le camionnage au Canada

Cette publication comporte une analyse détaillée de l'évolution de ce secteur d'activité, ainsi que des statistiques précises sur des sujets variés, du trafic entre le Canada et les États-Unis à la consommation de carburant.

Publication annuelle n° 53-222 au catalogue. 45 \$ (TPS en sus) au Canada, 54 \$ US aux États-Unis et 63 \$ US dans les autres pays.

Le transport ferroviaire au Canada

Cette publication présente un aperçu de la structure et des activités du secteur du transport ferroviaire. Les données détaillées sur les finances, l'exploitation et les marchandises transportées permettent d'établir des comparaisons entre les différents modes de transport. Par ailleurs, les données sur l'origine et la destination des mouvements internationaux de marchandises sont essentielles à l'étude des effets du libre-échange et d'autres événements internationaux.

Publication annuelle n° 52-216 au catalogue. 45 \$ (TPS en sus) au Canada, 54 \$ US aux États-Unis et 63 \$ US dans les autres pays.

Le transport maritime au Canada

La publication présente d'importants indicateurs sur le trafic des navires et le trafic portuaire (y compris 41 groupes de marchandises, le fret conteneurisé ainsi que les ports d'origine et de destination).

Publication annuelle n° 54-205 au catalogue. 41 \$ (TPS en sus) au Canada, 49 \$ US aux États-Unis et 57 \$ US dans les autres pays.

Bulletin de service sur les transports terrestre et maritime

Dans les huit numéros, vous trouverez les statistiques les plus récentes sur les transports, ainsi que les données de l'Enquête trimestrielle sur les transporteurs routiers de marchandises, et plus encore.

Publication n° 50-002 au catalogue. Huit numéros par année au coût de 75 \$ (TPS en sus) au Canada, 90 \$ US aux États-Unis et 105 \$ US dans les autres pays.

Grâce à cette série spéciale de publications sur les transports

vous serez informé des nouvelles tendances, des comparaisons établies et des indicateurs clés.

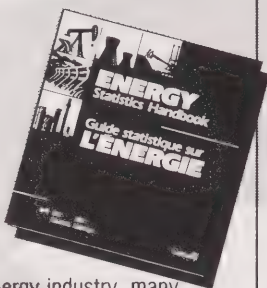
En plus, vous obtenez un rabais de 20 % à l'achat des quatre publications. Commandez la *série spéciale sur les transports* et ne payez que 165 \$ (TPS en sus) au Canada, 198 \$ US aux États-Unis et 230 \$ US dans les autres pays. Citez la série n° 10-234.

Pour commander, écrivez à :

Division de la commercialisation, Vente des publications, Statistique Canada,
Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Vous pouvez également vous adresser à l'un des centres régionaux de consultation de Statistique Canada qui figurent dans la publication.

DID YOU KNOW...

THAT CANADIAN EXPORTS OF NATURAL GAS IN 1990 WERE 80% HIGHER THAN IN 1980?



Due to the unpredictable nature of the energy industry, many reference publications are outdated by the time they're published. Not this one! With the certainty of change in the energy picture, you need a source that remains current and complete.

The *Energy Statistics Handbook* is the most complete source of detailed information on the energy field. This publication is designed to work for you! Your subscription includes:

- An attractive, easy-to-use binder — keep it on your bookshelf or beside your telephone.
- Section dividers to organize the monthly updates which enable you to rapidly access the facts you need.
- A monthly 200-page update from Statistics Canada that ensures your facts are the most recently released for this rapidly changing sector.

Data is organized by energy type: total energy, petroleum, natural gas, electricity, uranium and coal. Additional sections include prices and conversion factors. Along with up-to-date information, you'll find historical data going back 10 years, so you can compare trends over time.

Executives, research and development professionals and environmentalists use the *Energy Statistics Handbook* to add authority to their industry analysis, plans and corporate reports.

Subscribe to the *Energy Statistics Handbook* today!

The *Energy Statistics Handbook* (Cat. #10-602) is \$300 in Canada, US\$360 in the United States and US\$420 in other countries.



Write to:

Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or contact your local Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster ordering, call 1-800-267-6677 and use your VISA, MasterCard or Purchase Order number.

SAVIEZ-VOUS...

QUE LES EXPORTATIONS CANADIENNES DE GAZ NATUREL ÉTAIENT 80 % PLUS ÉLEVÉES EN 1990 QU'EN 1980?

En raison de la nature imprévisible de l'industrie de l'énergie, de nombreuses publications de référence sur le sujet sont déjà périmées lorsqu'elles paraissent. Mais pas celle-ci! Le monde de l'énergie est en constante évolution, aussi vous avez besoin d'une source de référence qui soit toujours d'actualité et complète.

Le *Guide statistique de l'énergie* est la source la plus complète de renseignements exacts sur le domaine de l'énergie. Cette publication est conçue pour travailler pour vous! Votre abonnement comprend :

- Un classeur attrayant et facile à consulter — vous pouvez le garder dans votre bibliothèque ou à côté de votre téléphone;
- Des sections ordonnées selon les mises à jour mensuelles, ce qui vous permet de trouver rapidement les faits dont vous avez besoin;
- Une mise à jour mensuelle de 200 pages de Statistique Canada qui vous assure d'avoir en main les faits les plus récents qui soient sur ce secteur qui change continuellement.

Les données sont classées selon le type d'énergie : l'énergie totale, le pétrole, le gaz naturel, l'électricité, l'uranium et le charbon. D'autres sections traitent des prix et des facteurs de conversion. En plus d'une information actuelle, vous y trouverez des données historiques des dix dernières années, afin que vous puissiez comparer les tendances à travers le temps.

Les cadres, les professionnels de la recherche et du développement et les écologistes utilisent le *Guide statistique de l'énergie* pour ajouter du poids à leur analyse de l'industrie, leurs projets et à leurs rapports de société.

Abonnez-vous dès aujourd'hui au *Guide statistique de l'énergie*!

Le *Guide statistique de l'énergie* (N° 10-602 au Cat.) coûte 300\$ au Canada, 360 \$ US aux États-Unis et 420 \$ US dans les autres pays.

Écrivez à :

Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Ou encore, télécopiez votre commande au (613) 951-1584. Ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada de votre localité. La liste apparaît dans la publication.

Pour commander plus rapidement, composez le 1-800-267-6677 et utilisez votre compte VISA ou MasterCard, ou votre numéro de bon de commande.

Catalogue 63-002 Monthly

Catalogue 63-002 Mensuel

Communiqué
Publication

Department store sales and stocks

December 1993

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1993



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct on-line access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiologique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressés à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

December 1993

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1993

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1994

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission from Licence
Services, Marketing Division, Statistics Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

May 1994

Price: Canada: \$16.00 per issue,
\$160.00 annually
United States: US\$19.00 per issue,
US\$190.00 annually
Other Countries: US\$22.00 per issue,
US\$220.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 58, No. 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1994

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,
enregistrement sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,
sans l'autorisation écrite préalable des Services de
concession des droits de licence, Division du
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

Mai 1994

Prix : Canada : 16 \$ l'exemplaire,
160 \$ par année
États-Unis : 19 \$ US l'exemplaire,
190 \$ US par année
Autres pays : 22 \$ US l'exemplaire,
220 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 58, n° 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to
a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses and
governments. Accurate and timely statistical
information could not be produced without their
continued cooperation and goodwill.*

Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada
et la population, les entreprises et les administrations
canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des statistiques
précises et actuelles.*

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111, 112, 113) (Catalogue No. 63-002) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **B. Nemes**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **D. Roeske**, Senior Economist, Retail Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres non disponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice no 111, 112, 113) (n° 63-002 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **B. Nemes**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **D. Roeske**, économiste principal, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5

Table

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1992-1993	7
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993	8
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	10
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993	12
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993	12
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1991-1993	15
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1992-1993	16
8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1992-1993	17
9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1991-1993	18
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993	20
11. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1991 to 1993	21

Table des matières

	Page
Points saillants	5

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1992-1993	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993	12
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1991-1993	15
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993	16
8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993	17
9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1991-1993	18
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993	20
11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1991 à 1993	21

TABLE OF CONTENTS – Concluded

	Page
Appendix	
I. Scope of the Survey	23
Data Quality and Methodology	24
Explanatory Notes	24
II. List of Department Store Organizations	26
Text Table	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	27
For further reading	28

TABLE DES MATIÈRES – fin

	Page
Appendice	
I. Champ de l'enquête	23
Qualités des données et méthodologie	24
Notes explicatives	24
II. Liste des organisations des grands magasins	26
Tableau explicatif	
I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
Lectures suggérées	28

Highlights

Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,062 million in December 1993, an increase of 0.9% from the previous month's total (revised) of \$1,052 million.
- Department store sales with concessions for 1993 were \$12,793 million, down 1.7% from the 1992 total of \$13,012 million.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,124 million at the end of December, a decrease of 0.7% from the November 1993 value (revised) of \$5,158 million.

Faits saillants

Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour décembre 1993, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,062 millions, une augmentation de 0.9% par rapport à l'estimation révisée de novembre (\$1,052 millions).
- Les ventes des grands magasins (incluant les concessions) pour 1993 ont totalisé \$12,793 millions, une diminution de 1.7% comparativement à l'année précédente dont les ventes s'élevaient à \$13,012 millions.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une diminution de 0.7% par rapport au mois précédent (\$5,158 millions, chiffres révisés) et s'élevait à la fin de décembre 1993 à \$5,124 millions.

Table 1

Tableau 1

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Ventes mensuelles des grands magasins, non
désaisonnalisées par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1992		1993		Change 1993 Variation
		November	December	November	December	December 1993/1992
		Novembre	Décembre	Novembre	Décembre	Décembre 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	9,937	10,256	10,650	11,753	+14.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	24,227	18,932	24,003	20,630	+9.0
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	99,871	140,880	107,235	147,512	+4.7
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	8,031	8,382	8,131	8,508	+1.5
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	47,820	59,993	47,257	58,185	-3.0
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	21,769	28,334	22,321	28,984	+2.3
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	26,697	51,275	27,377	51,960	+1.3
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	19,858	30,456	20,696	32,730	+7.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	10,307	11,783	10,528	11,878	+0.8
10	Women's hosiery - Bas pour dames	16,831	23,754	16,753	24,789	+4.4
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	24,726	44,165	26,061	40,132	-9.1
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	34,567	35,442	34,892	34,723	-2.0
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	28,997	40,425	28,735	39,519	-2.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	98,876	176,267	99,694	181,170	+2.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	18,729	25,302	19,017	24,598	-2.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	22,237	23,561	22,438	22,814	-3.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	40,627	78,337	38,013	78,924	+0.8
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	83,790	169,708	84,046	174,185	+2.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	12,640	25,368	11,227	22,767	-10.3
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	13,377	13,931	12,379	14,011	+0.6
21	Linen - Linges de maison	50,656	68,700	51,816	71,189	+3.6
22	Luggage - Bagages	5,034	8,709	4,749	7,778	-10.7
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	20,621	40,265	18,003	39,037	-3.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	15,887	16,857	15,880	16,496	-2.1
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	14,077	12,419	11,765	11,888	-4.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	10,256	17,400	10,131	16,634	-4.4
27	Furniture - Meubles	48,854	45,324	45,927	46,505	+2.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	43,051	45,896	39,700	43,601	-5.0
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	79,982	145,362	76,280	141,260	-2.8
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	48,407	92,932	45,147	92,957	-
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	36,496	52,940	36,169	50,507	-4.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	6,675	6,990
33	Jewellery - Bijouterie	32,857	72,555	33,686	74,328	+2.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	69,280	114,328	65,316	107,132	-6.3
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	26,942	55,320	25,459	51,773	-6.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	35,756	73,556	34,360	70,559	-4.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	18,231	18,685	18,393	17,562	-6.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	22,185	27,261	19,891	25,273	-7.3
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	29,331	30,681	30,878	30,207	-1.5
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	77,770	119,090	87,074	129,584	+8.8
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,356,262	2,081,821	1,342,079	2,074,038	-0.4

See footnote at end of tables.

Voir note à la fin des tableaux.

Table 2

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		thousands of dollars - milliers de dollars					
	Major department stores						
1	1992 November	753,157	x	x	17,375	x	128,089
2	December	1,157,105	x	x	25,073	x	192,484
3	January-December	7,171,788	x	x	146,802	x	1,278,422
4	1993 November	720,650	x	x	17,766	x	129,527
5	December	1,111,255	x	x	25,822	x	192,402
6	January-December	6,837,273	x	x	148,772	x	1,280,089
	Percentage change						
7	December 1993/1992	-4.0	x	x	+ 3.0	x	--
8	January-December 1993/1992	-4.7	x	x	+ 1.3	x	+ 0.1
	Junior department stores						
9	1992 November	603,104	x	x	36,393	x	95,056
10	December	924,716	x	x	50,561	x	146,572
11	January-December	5,840,066	x	x	291,558	x	1,067,555
12	1993 November	621,429	x	x	34,754	x	100,235
13	December	962,782	x	x	50,551	x	151,548
14	January-December	5,955,906	x	x	294,075	x	1,033,693
	Percentage change						
15	December 1993/1992	+ 4.1	x	x	--	x	+ 3.4
16	January-December 1993/1992	+ 2.0	x	x	+ 0.9	x	-3.2
	Total, all department stores						
17	1992 November	1,356,262	22,148	6,368	53,768	36,424	223,144
18	December	2,081,821	30,695	9,449	75,634	50,147	339,056
19	January-December	13,011,854	180,480	54,728	438,360	297,525	2,345,977
20	1993 November	1,342,079	22,205	5,997	52,519	35,920	229,762
21	December	2,074,038	29,888	9,831	76,373	50,430	343,950
22	January-December	12,793,179	180,986	54,240	442,847	297,742	2,313,783
	Percentage change						
23	December 1993/1992	-0.4	-2.6	+4.0	+ 1.0	+ 0.6	+ 1.4
24	January-December 1993/1992	-1.7	+ 0.3	-0.9	+ 1.0	+ 0.1	-1.4

See footnote at end of tables.

Tableau 2
Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie- Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
					Grands magasins traditionnels	
308,957	32,007	x	94,057	137,302	1992 Novembre	1
468,663	45,871	x	152,147	223,994	Décembre	2
2,885,114	300,359	x	928,632	1,330,209	Janvier-décembre	3
305,456	31,516	x	82,867	119,055	1993 Novembre	4
482,563	45,559	x	128,573	187,494	Décembre	5
2,810,903	291,620	x	829,806	1,177,741	Janvier-décembre	6
					Variation procentuelle	
+ 3.0	-0.7	x	-15.5	-16.3	Décembre 1993/1992	7
-2.6	-2.9	x	-10.6	-11.5	Janvier-décembre 1993/1992	8
					Grands magasins populaires	
266,396	24,257	x	49,674	62,833	1992 Novembre	9
407,446	38,476	x	79,485	100,492	Décembre	10
2,511,662	236,873	x	506,130	627,502	Janvier-décembre	11
265,838	24,510	x	57,154	71,014	1993 Novembre	12
418,752	38,236	x	89,431	114,054	Décembre	13
2,574,041	239,200	x	540,919	676,434	Janvier-décembre	14
					Variation procentuelle	
+ 2.8	-0.6	x	+ 12.5	+ 13.5	Décembre 1993/1992	15
+ 2.5	+ 1.0	x	+ 6.9	+ 7.8	Janvier-décembre 1993/1992	16
					Ensemble des grands magasins	
575,353	56,264	38,927	143,730	200,135	1992 Novembre	17
876,109	84,347	60,265	231,632	324,487	Décembre	18
5,396,775	537,232	368,306	1,434,762	1,957,710	Janvier-décembre	19
571,294	56,026	38,263	140,022	190,069	1993 Novembre	20
901,316	83,795	58,902	218,004	301,549	Décembre	21
5,384,944	530,819	362,920	1,370,725	1,854,174	Janvier-décembre	22
					Variation procentuelle	
+ 2.9	-0.7	-2.3	-5.9	-7.1	Décembre 1993/1992	23
-0.2	-1.2	-1.5	-4.5	-5.3	Janvier-décembre 1993/1992	24

Voir note à la fin des tableaux.

Table 3

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		thousands of dollars - milliers de dollars				
	Major department stores					
1	1992 November	38,060	41,831	x	27,598	x
2	December	59,589	69,246	x	44,146	x
3	January-December	373,159	416,564	x	259,073	x
4	1993 November	33,641	35,628	x	26,858	x
5	December	51,823	54,936	x	43,500	x
6	January-December	336,452	359,002	x	244,037	x
	Percentage change					
7	December 1993/1992	-13.0	-20.7	x	-1.5	x
8	January-December 1993/1992	-9.8	-13.8	x	-5.8	x
	Junior department stores					
9	1992 November	13,891	20,468	x	13,614	x
10	December	22,782	32,604	x	21,093	x
11	January-December	147,216	206,169	x	126,102	x
12	1993 November	16,931	21,821	x	14,848	x
13	December	26,580	34,302	x	23,827	x
14	January-December	157,898	214,398	x	141,682	x
	Percentage change					
15	December 1993/1992	+ 16.7	+ 5.2	x	+ 13.0	x
16	January-December 1993/1992	+ 7.3	+ 4.0	x	+ 12.4	x
	Total, all department stores					
17	1992 November	51,950	62,298	26,719	41,212	122,389
18	December	82,372	101,850	37,155	65,239	186,915
19	January-December	520,375	622,733	221,966	385,175	1,267,176
20	1993 November	50,572	57,449	26,657	41,706	130,145
21	December	78,403	89,239	37,740	67,327	197,029
22	January-December	494,350	573,400	223,039	385,719	1,274,762
	Percentage change					
23	December 1993/1992	-4.8	-12.4	+ 1.6	+ 3.2	+ 5.4
24	January-December 1993/1992	-5.0	-7.9	+ 0.5	+ 0.1	+ 0.6

Tableau 3

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
thousands of dollars - milliers de dollars						
Grands magasins traditionnels						
36,936	x	145,897	85,448	x	1992 Novembre	1
52,412	x	224,485	140,755	x	Décembre	2
349,765	x	1,394,900	843,117	x	Janvier-décembre	3
34,157	x	144,582	74,147	x	1993 Novembre	4
51,751	x	235,682	117,944	x	Décembre	5
321,449	x	1,364,478	741,201	x	Janvier-décembre	6
Variation procentuelle						
-1.3	x	+ 5.0	-16.2	x	Décembre 1993/1992	7
-8.1	x	-2.2	-12.1	x	Janvier-décembre 1993/1992	8
Grands magasins populaires						
25,656	x	69,682	20,384	x	1992 Novembre	9
39,245	x	108,114	33,019	x	Décembre	10
257,295	x	685,287	203,788	x	Janvier-décembre	11
25,472	x	69,802	26,303	x	1993 Novembre	12
40,701	x	113,092	42,846	x	Décembre	13
258,055	x	714,069	234,762	x	Janvier-décembre	14
Variation procentuelle						
+ 3.7	x	+ 4.6	+ 29.8	x	Décembre 1993/1992	15
+ 0.3	x	+ 4.2	+ 15.2	x	Janvier-décembre 1993/1992	16
Ensemble des grands magasins						
62,593	29,500	215,579	105,831	50,088	1992 Novembre	17
91,657	43,304	332,599	173,774	74,092	Décembre	32
607,060	314,600	2,080,188	1,046,905	476,899	Janvier-décembre	19
59,629	29,272	214,384	100,450	49,850	1993 Novembre	20
92,452	41,620	348,774	160,790	74,004	Décembre	21
579,504	306,952	2,078,547	975,963	471,863	Janvier-décembre	22
Variation procentuelle						
+ 0.9	-3.9	+ 4.9	-7.5	-0.1	Décembre 1993/1992	23
-4.5	-2.4	-0.1	-6.8	-1.1	Janvier-décembre 1993/1992	24

Table 4

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1992-1993

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
		number - nombre					
	Major department stores						
1	1992 November	331	2	1	12	5	58
2	December	331	2	1	12	5	58
3	1993 November	313	2	1	12	5	58
4	December	313	2	1	12	5	58
	Junior department stores						
5	1992 November	551	16	4	31	25	95
6	December	549	16	4	31	25	95
7	1993 November	566	15	4	31	24	99
8	December	566	16	4	31	24	99
	Total, all department stores						
9	1992 November	882	18	5	43	30	153
10	December	880	18	5	43	30	153
11	1993 November	879	17	5	43	29	157
12	December	879	18	5	43	29	157

Table 5

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1992-1993

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		number - nombre				
	Major department stores					
1	1992 November	14	21	7	14	31
2	December	14	21	7	14	31
3	1993 November	13	18	7	12	32
4	December	13	18	7	12	32
	Junior department stores					
5	1992 November	13	18	10	12	33
6	December	13	18	10	12	33
7	1993 November	15	19	10	13	37
8	December	15	19	10	13	37
	Total, all department stores					
9	1992 November	27	39	17	26	64
10	December	27	39	17	26	64
11	1993 November	28	37	17	25	69
12	December	28	37	17	25	69

See footnote at end of tables.

Tableau 4

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1992-1993

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie- Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
127	13	12	48	53	1992 Novembre	1
127	13	12	48	53	Décembre	2
122	13	11	43	46	1993 Novembre	3
122	13	11	43	46	Décembre	4
					Grands magasins populaires	
225	23	23	47	62	1992 Novembre	5
225	23	23	47	60	Décembre	6
226	23	23	52	69	1993 Novembre	7
226	23	23	51	69	Décembre	8
					Ensemble des grands magasins	
352	36	35	95	115	1992 Novembre	9
352	36	35	95	113	Décembre	10
348	36	34	95	115	1993 Novembre	11
348	36	34	94	115	Décembre	12

Tableau 5

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1992-1993

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
number - nombre						
					Grands magasins traditionnels	
14	8	53	29	12	1992 Novembre	1
13	8	53	29	12	Décembre	2
11	8	51	25	12	1993 Novembre	3
11	8	51	25	12	Décembre	4
					Grands magasins populaires	
21	11	61	19	17	1992 Novembre	5
21	11	61	19	17	Décembre	6
21	11	61	23	17	1993 Novembre	7
21	11	61	23	17	Décembre	8
					Ensemble des grands magasins	
35	19	114	48	29	1992 Novembre	9
34	19	114	48	29	Décembre	10
32	19	112	48	29	1993 Novembre	11
32	19	112	48	29	Décembre	12

Voir note à la fin des tableaux.

Table 6

Tableau 6

**Sales and Market Share of Department Stores by
Type of Organization, Canada, 1991 to 1993**

**Ventes et parts de marché des grands magasins par
type d'organisation, Canada, 1991 à 1993**

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1991						
January - Janvier	675,529	100.0	374,841	55.5	300,688	44.5
February - Février	704,893	100.0	381,041	54.1	323,853	45.9
March - Mars	917,291	100.0	508,005	55.4	409,286	44.6
April - Avril	956,240	100.0	516,842	54.0	439,397	46.0
May - Mai	1,085,873	100.0	585,018	53.9	500,855	46.1
June - Juin	1,032,392	100.0	579,678	56.1	452,715	43.9
July - Juillet	933,937	100.0	510,322	54.6	423,615	45.4
August - Août	1,073,695	100.0	573,156	53.4	500,539	46.6
September - Septembre	1,001,933	100.0	584,682	58.4	417,251	41.6
October - Octobre	1,097,727	100.0	609,166	55.5	488,560	44.5
November - Novembre	1,419,882	100.0	788,794	55.6	631,088	44.4
December - Décembre	2,013,933	100.0	1,135,595	56.4	878,339	43.6
Year - Année	12,913,325	100.0	7,147,138	55.3	5,766,186	44.7
1992						
January - Janvier	689,021	100.0	385,302	55.9	303,719	44.1
February - Février	745,693	100.0	405,567	54.4	340,126	45.6
March - Mars	851,128	100.0	474,950	55.8	376,177	44.2
April - Avril	1,019,755	100.0	539,019	52.9	480,736	47.1
May - Mai	1,055,497	100.0	572,628	54.3	482,869	45.7
June - Juin	1,011,524	100.0	557,926	55.2	453,597	44.8
July - Juillet	970,347	100.0	524,301	54.0	446,046	46.0
August - Août	1,040,038	100.0	578,088	55.6	461,949	44.4
September - Septembre	1,045,815	100.0	594,060	56.8	451,756	43.2
October - Octobre	1,144,955	100.0	629,685	55.0	515,270	45.0
November - Novembre	1,356,262	100.0	753,157	55.5	603,104	44.5
December - Décembre	2,081,821	100.0	1,157,105	55.6	924,716	44.4
Year - Année	13,011,854	100.0	7,171,788	55.1	5,840,066	44.9
1993						
January - Janvier	712,165	100.0	398,824	56.0	313,341	44.0
February - Février	690,635	100.0	370,905	53.5	319,731	46.5
March - Mars	863,499	100.0	462,345	53.5	401,154	46.5
April - Avril	1,002,578	100.0	511,231	51.0	491,347	49.0
May - Mai	1,039,352	100.0	541,893	52.1	497,453	47.9
June - Juin	997,228	100.0	535,245	53.7	461,983	46.3
July - Juillet	941,655	100.0	496,894	52.8	444,761	47.2
August - Août	973,888	100.0	522,791	53.7	451,097	46.3
September - Septembre	1,042,437	100.0	572,754	54.9	469,683	45.1
October - Octobre	1,113,626	100.0	592,481	53.2	521,145	46.8
November - Novembre	1,342,079	100.0	720,650	53.7	621,429	46.3
December - Décembre	2,074,038	100.0	1,111,255	53.6	962,782	46.4
Year - Année	12,793,179	100.0	6,837,273	53.4	5,955,906	46.6

Table 7

Total Department Store Cumulative Sales, by
Department, Canada, 1992-1993

January-December

Tableau 7

Total des ventes cumulatives des grands magasins, par
rayon, Canada, 1992-1993

Janvier-décembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1993/1992
		1992	1993	Variation 1993/1992
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	104,554	99,876	-4.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	151,054	144,313	-4.4
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	1,073,759	1,112,891	+3.6
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	104,742	111,077	+6.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	434,940	437,288	+0.5
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	202,462	203,262	+0.4
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	223,671	223,512	-0.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	244,144	261,339	+7.0
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	139,582	146,192	+4.7
10	Women's hosiery - Bas pour dames	166,423	162,778	-2.2
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	210,529	199,560	-5.2
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	301,626	295,966	-1.9
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	230,596	220,181	-4.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et d'articles d'habillement pour hommes	850,168	852,066	+0.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	174,332	169,398	-2.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	160,398	163,583	+2.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	382,984	390,370	+1.9
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	898,735	925,972	+3.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	126,266	115,951	-8.2
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	125,306	120,624	-3.7
21	Linen - Linges de maison	536,427	536,637	--
22	Luggage - Bagages	61,129	55,985	-8.4
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	187,776	175,279	-6.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	152,158	143,745	-5.5
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	153,330	136,931	-10.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	108,539	104,507	-3.7
27	Furniture - Meubles	564,329	528,974	-6.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	473,927	446,680	-5.7
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	635,925	613,796	-3.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	516,812	503,800	-2.5
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	403,765	375,866	-6.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	78,555	31,115	-60.4
33	Jewellery - Bijouterie	279,252	280,844	+0.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	389,535	371,581	-4.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	330,636	316,391	-4.3
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	377,955	353,346	-6.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	164,553	153,177	-6.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	230,511	212,291	-7.9
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	318,460	312,749	-1.8
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	742,009	783,284	+5.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	13,011,854	12,793,179	-1.7

See footnote at end of tables. - Voir note à la fin des tableaux.

Table 8

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by
Department, Canada, 1992-1993

Tableau 8

Stocks mensuels des grands magasins, non
désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1992-1993

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1992		1993		Change - Variation	
		November	December	November	December	December 1993/ November 1993	December 1993/1992
		Novembre	Décembre	Novembre	Décembre	Décembre 1993/ Novembre 1993	Décembre 1993/1992
		thousands of dollars - milliers de dollars				per cent - pourcentage	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	42,340	31,341	49,191	35,978	-26.9	+14.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	58,997	36,659	62,995	40,506	-35.7	+10.5
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sports pour dames et jeunes filles	431,946	318,436	485,647	354,207	-27.1	+11.2
4	Nursery equipment - Articles de chambres d'enfants	39,256	37,585	40,364	39,538	-2.0	+5.2
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	175,290	124,624	179,465	131,252	-26.9	+5.3
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	87,145	57,332	90,960	59,761	-34.3	+4.2
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	124,277	73,991	127,908	74,977	-41.4	+1.3
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	124,645	118,117	135,505	126,606	-6.6	+7.2
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	101,765	102,097	106,770	106,873	+0.1	+4.7
10	Women's hosiery - Bas pour dames	78,958	66,896	85,047	74,013	-13.0	+10.6
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	123,657	83,561	118,183	78,075	-33.9	-6.6
12	Women's, misses', girls and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	140,569	116,819	145,033	121,758	-16.0	+4.2
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	129,530	90,139	132,479	87,860	-33.7	-2.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	390,544	255,987	463,761	289,502	-37.6	+13.1
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	64,172	41,624	71,106	45,895	-35.5	+10.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	84,075	71,289	84,768	73,829	-12.9	+3.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	112,842	65,238	112,504	61,066	-45.7	-6.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	495,363	408,748	511,121	398,501	-22.0	-2.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	65,769	55,272	61,536	52,546	-14.6	-4.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	81,473	76,277	82,691	77,932	-5.8	+2.2
21	Linen - Linges de maison	284,090	272,023	313,459	291,989	-6.8	+7.3
22	Luggage - Bagages	39,164	33,607	34,727	28,069	-19.2	-16.5
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	157,572	128,424	158,862	126,230	-20.5	-1.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	71,180	65,667	64,325	57,324	-10.9	-12.7
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	68,486	67,750	68,375	68,173	-0.3	+0.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	63,530	57,377	67,484	61,189	-9.3	+6.6
27	Furniture - Meubles	147,820	150,237	128,914	130,793	+1.5	-12.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	107,310	109,465	90,978	98,327	+8.1	-10.2
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseurs, stéréo, magnétoscope, etc.)	350,103	293,345	334,853	278,335	-16.9	-5.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	284,809	229,944	291,240	232,330	-20.2	+1.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	213,939	180,577	207,041	173,755	-16.1	-3.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	56,974	53,353
33	Jewellery - Bijouterie	246,418	196,878	242,338	193,572	-20.1	-1.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	272,283	159,534	259,130	164,220	-36.6	+2.9
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	219,362	170,213	215,370	166,374	-22.7	-2.3
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	235,105	186,489	229,885	182,074	-20.8	-2.4
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	84,229	76,542	72,791	68,061	-6.5	-11.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	192,746	119,356	283,858	169,924	-40.1	+42.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	6,047,734	4,782,812	6,210,662	4,821,414	-22.4	+0.8

See footnote at end of tables. - Voir note à la fin des tableaux.

Table 9

Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1992-1993

No.	Department	Stock-sales/Stocks-ventes			
		1992		1993	
		November Novembre	December Décembre	November Novembre	December Décembre
1	Women's and misses' dresses and uniforms	4.26	3.06	4.62	3.06
2	Women's and misses' coats and suits	2.44	1.94	2.62	1.96
3	Women's and misses' casual wear	4.33	2.26	4.53	2.40
4	Nursery equipment	4.89	4.48	4.96	4.65
5	Infants' and children's wear	3.67	2.08	3.80	2.26
6	Girls' wear	4.00	2.02	4.08	2.06
7	Lingerie and women's sleepwear	4.66	1.44	4.67	1.44
8	Intimate apparel	6.28	3.88	6.55	3.87
9	Athletic footwear	9.87	8.66	10.14	9.00
10	Women's hosiery	4.69	2.82	5.08	2.99
11	Women's accessories	5.00	1.89	4.53	1.95
12	Women's, misses', girls and children's footwear	4.07	3.30	4.16	3.51
13	Men's coats, suits and dress pants	4.47	2.23	4.61	2.22
14	Men's casual wear and furnishings	3.95	1.45	4.65	1.60
15	Boys' clothing and furnishings	3.43	1.65	3.74	1.87
16	Men's and boys' footwear	3.78	3.03	3.78	3.24
17	Food and kindred products	2.78	0.83	2.96	0.77
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.91	2.41	6.08	2.29
19	Photographic equipment and supplies	5.20	2.18	5.48	2.31
20	Sewing supplies, notions and piece goods	6.09	5.48	6.68	5.56
21	Linen	5.61	3.96	6.05	4.10
22	Luggage	7.78	3.86	7.31	3.61
23	China, crystal, glassware and silverware	7.64	3.19	8.82	3.23
24	Floor coverings	4.48	3.90	4.05	3.47
25	Draperies and furniture coverings	4.87	5.46	5.81	5.73
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.19	3.30	6.66	3.68
27	Furniture	3.03	3.31	2.81	2.81
28	Major appliances	2.49	2.39	2.29	2.26
29	Home entertainment equipment (T.V., Stereo, V.C.R., etc.)	4.38	2.02	4.39	1.97
30	Housewares and small electrical appliances	5.88	2.47	6.45	2.50
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.86	3.41	5.72	3.44
32	Plumbing, heating and building materials	8.54	7.63
33	Jewellery	7.50	2.71	7.19	2.60
34	Toys and games	3.93	1.40	3.97	1.53
35	Sports equipment and athletic apparel	8.14	3.08	8.46	3.21
36	Stationery, books and office equipment	6.58	2.54	6.69	2.58
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	4.62	4.10	3.96	3.88
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹	2.48	1.00	3.26	1.31
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.46	2.30	4.63	2.32

See footnote at end of tables.

Tableau 9
Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1992-1993

Sales-stock/Ventes-stocks				Rayon	N°
1992		1993			
November	December	November	December		
Novembre	Décembre	Novembre	Décembre		
0.22	0.28	0.21	0.28	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.35	0.40	0.33	0.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.23	0.38	0.22	0.35	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.21	0.22	0.20	0.21	Articles de chambres d'enfants	4
0.27	0.40	0.25	0.37	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.24	0.39	0.24	0.38	Vêtements de fillettes	6
0.22	0.52	0.22	0.51	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.17	0.25	0.16	0.25	Sous-vêtements	8
0.10	0.12	0.10	0.11	Chaussures athlétiques	9
0.21	0.33	0.20	0.31	Bas pour dames	10
0.20	0.43	0.22	0.41	Articles de parure pour dames	11
0.24	0.28	0.23	0.26	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.22	0.37	0.22	0.36	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.26	0.55	0.22	0.48	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.29	0.48	0.26	0.42	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.26	0.30	0.27	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.40	0.88	0.39	0.91	Produits alimentaires et connexes	17
0.18	0.38	0.17	0.38	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.20	0.42	0.19	0.40	Appareils et fournitures photographiques	19
0.16	0.18	0.15	0.17	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.18	0.25	0.17	0.24	Linges de maison	21
0.13	0.24	0.14	0.25	Bagages	22
0.13	0.28	0.12	0.27	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.22	0.25	0.24	0.27	Revêtements de plancher	24
0.20	0.18	0.17	0.17	Tentures et housses	25
0.16	0.29	0.15	0.26	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.32	0.30	0.36	0.36	Meubles	27
0.42	0.42	0.44	0.46	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.45	0.24	0.46	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29
0.18	0.36	0.16	0.36	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.17	0.27	0.18	0.27	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.12	0.13	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.14	0.33	0.15	0.34	Bijouterie	33
0.25	0.53	0.25	0.51	Jouets et jeux	34
0.12	0.28	0.12	0.27	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.16	0.35	0.15	0.34	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.21	0.23	0.25	0.25	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	39
0.40	0.76	0.33	0.57	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	40
0.23	0.38	0.22	0.38	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

Voir note à la fin des tableaux.

Table 10

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1990 to 1993

Tableau 10

Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1990 à 1993

Period Période	Unadjusted change Non désaisonnalisées	Year/year percent Variation en pourcentage année/année	Seasonally adjusted change Désaisonné	Month/month percent Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1990				
January - Janvier	3,971,540	+2.0	4,729,920	-0.2
February - Février	4,389,949	+3.2	4,833,184	+2.2
March - Mars	4,761,241	+5.1	4,756,500	-1.6
April - Avril	4,893,895	+2.3	4,800,535	+0.9
May - Mai	4,806,183	+2.5	4,776,445	-0.5
June - Juin	4,536,523	+2.8	4,809,863	+0.7
July - Juillet	4,630,744	+3.6	4,881,953	+1.5
August - Août	4,934,391	+6.0	4,960,839	+1.6
September - Septembre	5,322,391	+4.6	5,011,295	+1.0
October - Octobre	5,825,385	+3.4	4,998,983	-0.2
November - Novembre	5,999,066	+5.4	5,003,808	+0.1
December - Décembre	4,469,159	+3.3	4,873,452	-2.6
1991				
January - Janvier	3,863,295	-2.7	4,611,583	-5.4
February - Février	4,326,630	-1.4	4,776,412	+3.6
March - Mars	4,798,359	+0.8	4,863,053	+1.8
April - Avril	5,053,505	+3.3	4,935,682	+1.5
May - Mai	5,033,509	+4.7	4,994,546	+1.2
June - Juin	4,751,518	+4.7	5,066,083	+1.4
July - Juillet	4,781,942	+3.3	5,032,053	-0.7
August - Août	5,101,600	+3.4	5,121,160	+1.8
September - Septembre	5,483,599	+3.0	5,153,243	+0.6
October - Octobre	6,042,516	+3.7	5,159,330	+0.1
November - Novembre	6,193,175	+3.2	5,186,021	+0.5
December - Décembre	4,855,506	+8.6	5,253,267	+1.3
1992				
January - Janvier	4,442,891	+15.0	5,319,911	+1.3
February - Février	4,771,534	+10.3	5,107,980	-4.0
March - Mars	5,135,428	+7.0	5,207,643	+2.0
April - Avril	5,283,806	+4.6	5,166,988	-0.8
May - Mai	5,207,063	+3.4	5,201,869	+0.7
June - Juin	4,888,641	+2.9	5,159,513	-0.8
July - Juillet	4,903,185	+2.5	5,139,415	-0.4
August - Août	4,983,135	-2.3	5,054,158	-1.7
September - Septembre	5,315,623	-3.1	4,993,635	-1.2
October - Octobre	5,908,544	-2.2	5,034,959	+0.8
November - Novembre	6,047,435	-2.4	5,079,844	+0.9
December - Décembre	4,784,353	-1.5	5,125,581	+0.9
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	5,049,026	-1.5
February - Février	4,605,518	-3.5	5,099,885	+1.0
March - Mars	5,053,479	-1.6	5,095,335	-0.1
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,059,403	-0.7
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,070,672	+0.2
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,047,988	-0.4
July - Juillet	4,784,816	-2.6	5,044,171	-0.1
August - Août	4,986,933	-0.8	5,063,159	+0.4
September - Septembre	5,361,775	+0.9	5,061,384	--
October - Octobre	5,996,828	+1.5	5,162,684	+2.0
November - Novembre	6,210,662	+2.7	5,158,042	-0.1
December - Décembre	4,821,414	+0.8	5,124,293	-0.7

Table 11

Tableau 11

Department Stores' Month-end Accounts
Receivable³, Unadjusted and Seasonally
Adjusted, Canada, 1991 to 1993

Comptes à recevoir³, non désaisonnalisés et
désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois,
Canada, 1991 à 1993

Month	1991	1992	1993	Change from previous month	Change 1993/1992
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1993/1992
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	2,789,105	2,707,289	2,644,674	-5.7	-2.3
February - Février	2,699,473	2,385,025	2,356,913	-10.9	-1.2
March - Mars	3,088,302	2,317,207	2,306,111	-2.2	-0.5
April - Avril	2,929,202	2,297,650	2,349,510	+ 1.9	+ 2.3
May - Mai	3,008,348	2,351,267	2,368,883	+ 0.8	+ 0.7
June - Juin	3,090,219	2,368,098	2,343,887	-1.1	-1.0
July - Juillet	3,142,018	2,280,713	2,363,721	+ 0.8	+ 3.6
August - Août	2,867,844	2,319,434	2,383,613	+ 0.8	+ 2.8
September - Septembre	3,012,999	2,333,357	2,376,418	-0.3	+ 1.8
October - Octobre	3,181,246	2,377,907	2,440,942	+ 2.7	+ 2.7
November - Novembre	3,218,605	2,444,593	2,621,333	+ 7.4	+ 7.2
December - Décembre	2,862,420	2,805,367	3,046,273	+ 16.2	+ 8.6
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,674.0	2,596.0	2,532.0	+ 2.5	-2.5
February - Février	2,791.0	2,493.0	2,479.0	-2.1	-0.6
March - Mars	3,245.0	2,454.0	2,455.0	-1.0	--
April - Avril	3,058.0	2,411.0	2,467.0	+ 0.5	+ 2.3
May - Mai	3,104.0	2,418.0	2,442.0	-1.0	+ 0.9
June - Juin	3,132.0	2,400.0	2,421.0	-0.9	+ 0.9
July - Juillet	3,261.0	2,367.0	2,436.0	+ 0.6	+ 2.9
August - Août	2,993.0	2,406.0	2,443.0	+ 0.3	+ 1.5
September - Septembre	3,024.0	2,343.0	2,431.0	-0.5	+ 3.8
October - Octobre	3,120.0	2,334.0	2,457.0	+ 1.1	+ 5.3
November - Novembre	3,004.0	2,281.0	2,530.0	+ 3.0	+ 10.9
December - Décembre	2,536.0	2,470.0	2,636.0	+ 4.2	+ 6.7

¹ For reasons of confidentiality, sales from department 32 are now included in Department 40.

¹ Pour des raisons de confidentialité, les ventes du rayon 32 sont incluses dans le rayon 40.

² For reasons of confidentiality, the Yukon and N.W.T. are included with British Columbia.

² Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

³ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

³ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Appendix I

SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

Appendice I

CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically experience has indicated that the data rarely contain a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

EXPLANATORY NOTES

Total Sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Non-operating revenues bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded.

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

QUALITÉS DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les ventes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public.

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions may be published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data includes the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1990 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles peuvent être publiées une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1990 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (closed)

Junior Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia (fermé)

Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

Text Table I

Tableau explicatif I

Measures of Reliability, Department Stores,
Canada, 1993 – December 1993

Mesure de la fiabilité, grands magasins,
Canada, 1993 – Décembre 1993

	Response rate ¹ Taux de réponse ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ²
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités orga- nisationnelles	
	per cent – pourcentage		
Monthly sales total – Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department – Ventes mensuelles par rayon	...	75.0	99.6
Monthly stocks by department – Stocks mensuels par rayon	...	75.0	99.6
Month-end accounts receivable – Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

FOR FURTHER READINGSelected Publications
from Statistics Canada**LECTURES SUGGÉRÉES**Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Retail Trade, <i>Monthly, Bilingual.</i>	Commerce de détail, <i>mensuel, bilingue.</i>	63-005
New Motor Vehicle Sales, <i>Monthly, Bilingual</i>	Ventes de véhicules automobiles neufs, <i>mensuel, bilingue.</i>	63-007
Retail Chain and Department stores, <i>Annual, Bilingual</i>	Magasins de détails à succursales et les grands magasins, <i>annuel, bilingue.</i>	63-210
Vending Machine Operators, <i>Annual, Bilingual.</i>	Exploitants de distributeurs automatiques, <i>annuel, bilingue.</i>	63-213
Direct Selling in Canada, <i>Annual, Bilingual.</i>	La vente directe au Canada, <i>annuel, bilingue.</i>	63-218
Campus Bookstores, <i>Annual, Bilingual.</i>	Librairies de campus, <i>annuel, bilingue.</i>	63-219
Annual Retail Trade, <i>Annual, Bilingual.</i>	Commerce de détail, <i>annuel, bilingue.</i>	63-223
Retail Commodity Survey, <i>Occasional, Bilingual.</i>	Enquête sur les marchandises vendues au détail, <i>hors série, bilingue.</i>	63-541

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmations is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande passée par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada 13,95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

Canada

THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1993/1994

1991 CENSUS INCLUDED

*The fastest way to get
off to a good start !*

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The **Market Research Handbook** can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them. It helps you to identify, define and locate your target markets.

Looking for...

... socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

... revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The **Market Research Handbook** has it all... and more. It provides information on:

- 1991 Census information
- personal expenditures on goods and services
- size and composition of households and families
- wages, salaries and employment
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Publication Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to (613) 951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1993/1994

RECENSEMENT DE 1991

Pour partir du bon pied !

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil statistique des études de marché** peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

Vous cherchez...

... des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

... des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le **Recueil** contient tout cela... et plus encore :

- données sur le recensement de 1991
- dépenses personnelles en biens et en services
- taille et composition des ménages et des familles
- traitements, salaires et emploi
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (plus 7 % de TPS) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Statistique Canada, Division du marketing, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).

Vous pouvez également commander par télécopieur au (613) 951-1584 ou composer sans frais le 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.



THE 1994 CANADA YEAR BOOK

Your indispensable and comprehensive reference source on Canada

For essential information on Canada, turn to the *Canada Year Book*. An invaluable resource, the 1994 edition is beautifully designed in an inviting and easy-to-read format.

The 1994 *Canada Year Book* examines recent events, changes and trends in great detail. Organized carefully into 22 chapters, it answers questions on virtually every topic from geography through health to banking.

This edition features:

- ▶ Over 700 crisply written pages packed with eye-opening information on life in Canada — from social, economic, cultural and demographic perspectives
- ▶ 250 concise tables plus 63 charts and graphs that put statistical information into focus
- ▶ Stunning photographs capturing distinctively Canadian scenes by some of this country's finest photographers
- ▶ Fascinating short feature articles covering everything from archaeology to white collar trends

Trusted for over 125 years by students, teachers, researchers, librarians and business people, the *Canada Year Book* is the reference source to consult first on all aspects of Canada.

An enduring addition to any home or office library!

ORDER YOUR COPY OF CANADA YEAR BOOK TODAY.

Available in separate English and French editions, the 1994 *Canada Year Book* (Catalogue No. 11-402E) is \$59.95 plus \$5.05 shipping and handling in Canada, US \$72 in the United States, and US \$84 in other countries.

To order, write to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, Ottawa, Ontario K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and charge it to your VISA or MasterCard.

L'ANNUAIRE DU CANADA 1994

Un ouvrage complet et indispensable sur le Canada

Pour obtenir des renseignements essentiels sur le Canada, consultez *l'Annuaire du Canada*. Inestimable source d'information, l'édition de 1994 est un ouvrage d'une présentation très soignée, attrayant et facile à lire.

L'Annuaire du Canada 1994 étudie en profondeur les événements, les tendances et les changements récents. Divisé en 22 chapitres, il répond à vos questions sur presque tous les sujets, depuis la géographie jusqu'à la santé et la banque.

Voici ce que vous trouverez dans l'édition de 1994 :

- ▶ Plus de 700 pages écrites dans un style vif et pleines de renseignements intéressants sur les dimensions sociales, économiques, culturelles et démographiques de la vie canadienne
- ▶ 250 tableaux concis et 63 graphiques et diagrammes qui permettent de mettre en perspective l'information statistique
- ▶ Remarquables photographies de paysages typiquement canadiens par certains des photographes canadiens les plus illustres
- ▶ Courts articles fascinants sur des sujets divers, depuis l'archéologie jusqu'à l'évolution de la situation des cols blancs

Ouvrage de référence de prédilection des étudiants, des enseignants, des chercheurs, des bibliothécaires et des gens d'affaires, et ce depuis plus de 125 ans, *l'Annuaire du Canada* est celui qu'il faut consulter en premier pour en savoir plus long sur tous les aspects du Canada.

Un volume que vous voudrez conserver longtemps dans votre bibliothèque ou au bureau!

COMMANDEZ DÈS AUJOURD'HUI VOTRE EXEMPLAIRE DE L'ANNUAIRE DU CANADA

Vous pouvez vous procurer la version française ou anglaise de *l'Annuaire du Canada 1994* (no 11-402F au catalogue) au coût de 59,95 \$ (supplément de 5,05 \$ pour les frais d'expédition et de manutention) au Canada, 72 \$ US aux États-Unis et 84 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste qui figure dans la présente publication).

Si vous le préférez, télécopiez votre commande en signalant le 1-613-951-1584 ou téléphonez sans frais au 1-800-267-6677 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard.

